

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PEPSODENT (STUDI KASUS: PADA MASYARAKAT DUSUN V TALI AIR HILIR DESA TALI AIR PERMAI KECAMATAN TANJUNG TIRAM)

Sumiati¹, Hadi Suriono², Rido Suwanta³, Ahlilah Jannah⁴

Fakultas Ekonomi Universitas Asahan, Jl. Jend Ahmad Yani Kisaran
Telp. 0623-347222. Email : ekonomiuna@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram. Pengujian secara serempak menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 141,331 lebih besar dibandingkan dengan nilai Ftabel sebesar 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen secara serempak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram. Pengujian secara parsial diperoleh hasil untuk faktor Harga (4,448), Kualitas Produk (4,860) dan Kepuasan Konsumen (5,893). Dengan demikian secara parsial pengaruh yang dominan terhadap Loyalitas Konsumen Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Permai Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram adalah Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square) sebesar 0,816 atau sebesar 81,6%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen berpengaruh terhadap Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen sebesar 81,6% sisanya sebesar 18,4% dijelaskan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian lainnya.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan kreatif dalam menciptakan suatu produk yang akan membuat konsumen tertarik dengan produk tersebut. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam loyalitas pelanggan suatu produk dikarenakan konsumen semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk yang akan dikomsumsinya.

Didalam kehidupan manusia memiliki beberapa panca indra salah satunya ialah panca indra rasa yaitu mulut, didalam mulut terdapat lidah,

gusi, gigi dan lain sebagainya. Tingginya kesadaran manusia akan kesehatan gigi dan gusi, maka muncullah berbagai merek produk pasta gigi yaitu pepsodent, close-up, ciptadent, enzim, sensodent, dan lain-lain. Disini penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada merek produk Pepsodent.

Harga adalah nilai yang disebut dalam rupiah dan sen atau medium lainnya sebagai alat tukar untuk diperoleh suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu, harga secara umum adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Masalah paling penting dalam hal harga ini

adalah soal resiko, menetapkan harga terlalu tinggi resikonya produk tidak laku. Sebaliknya, menetapkan harga terlalu rendah, resikonya tidak akan mendapatkan untung.

No	Size	Volume	Harga
1	Besar	190 gram	Rp. 10.000
2	Sedang	120 gram	Rp. 7.000
3	Kecil	75 gram	Rp. 4.000

No	Size	Volume	Harga
1	Besar	190 gram	Rp. 10.000
2	Sedang	120 gram	Rp. 7.000
3	Kecil	75 gram	Rp. 3.000

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa pada ukuran kecil terdapat perbedaan antara harga Pepsodent di Desa Tali Air Permai dengan harga Pepsodent di Desa Ujung Kubu, maka masyarakat lebih memilih untuk membeli Pepsodent di Desa Tali Air Permai.

Sehubungan dengan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent (Studi Kasus Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah adalah harga , kualitas produk dan kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap loyalitas konsumen Pepsodent (studi kasus pasa masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram).

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara simultan dan parsial Terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent (Studi Kasus Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan informasi bagi perusahaan mengenai sejauh mana pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen dalam mempengaruhi Loyalitas Konsumen.
2. Bagi Penelitian
Memperluas wawasan peneliti tentang dunia usaha pemasaran khususnya pada Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.
3. Bagi Pembaca
Bagi pembaca memahami dan menjadikan perbandingan dan refrensi dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama dimasa yang akan datang.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi perbandingan dalam melakukan penelitian untuk permasalahan yang sama dimasa mendatang dan sebagai tambahan ilmu pengetahuan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Andy Yoga Winata (2017), meneliti tentang "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen CLEAN AND BAR PARAGON SOLO". Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer dalam penelitian Paragon. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* (teknik pengamblan sampel ini dimana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja sebagai responde yang sesuai persyaratan dari

populasi). Berdasarkan metode dan teknik pengumpulan sampel diperoleh sebanyak 100 responden ternyata dalam 100 responden tidak memenuhi syarat kelayakan data sehingga pemilihan pengurangan data dilakukan agar memenuhi syarat kelayakan data. Data tersebut dikumpulkan menggunakan kuesioner, setelah data terkumpul kemudian dianalisis menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Andri Winata dan Isnawan Ahlul Fiqri (2017), meneliti tentang "Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Hotel Emersia di Bandar Lampung". Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, dan kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen hotel emersia di bandar lampung. Data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen selama tahun 2015 yaitu sebesar 242 konsumen pada hotel emersia Bandar Lampung. Dengan jumlah sampel 71 responden. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil analisis data dan pengujian hipotesis diperoleh nilai koefisien determinan R Squares sebesar 0,425 (42,5%) loyalitas konsumen dipengaruhi harga (X1) dan kualitas jasa (X2), dan sisanya 57,5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya. Sedangkan hubungan harga dan kualitas jasa secara bersama terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 0,652 (65,2%). Sedangkan berdasarkan hasil analisis data, diperoleh bahwa harga (X1) kualitas jasa (X2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) hotel emersia

dibandar Lampung, harga (X1) dan kualitas jasa (X2) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Hotel Emersia di Bandar Lampung. Azria Rahma Minawati (2017), meneliti tentang "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen" Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas konsumen Wardah. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik dan regresi berganda, uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terbukti signifikan yang ditunjukkan dari tingkat signifikan dengan nilai regresi sebesar 0,260, kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dari tingkat signifikan dengan nilai regresi sebesar 0,246 dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen signifikan dengan nilai regresi sebesar 0,289. Implikasi penelitian ini yaitu bahwa sebagian besar para pengguna kosmetik wardah akan mempertimbangkan harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dari wardah untuk mendapatkan loyalitas dari konsumen.

Agus Catur Priyanto (2018) meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Usaha Isi Ulang Air Minum UD. Elangku di Desa Bangunrejo Tenggarong Seberang". Tujuan

penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk (X_1) dan kualitas layanan (X_2), baik secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas konsumen pada usaha isi ulang air minum UD. Elangku di desa Bangun Rejo Tenggarong Seberang serta untuk mengetahui diantara kedua variabel yang manakan paling

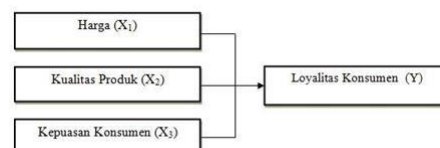
berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji simultan (ujif) menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil parsial (uji t) menunjukkan hanya variabel kualitas produk berpengaruh dengan nilai signifikan t_{hitung} sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ sedangkan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikan t_{hitung} sebesar $0,501 > \alpha 0,05$. Hasil perbandingan koefisien regresi baku menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai regresi tertinggi sebesar 0,713 yang berarti berpengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen (Y) pada UD. Elangku.

Yuni Ika Ratnaningtyas (2017) meneliti tentang "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Konsumen Assalam Hypermarket". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *sampling* yaitu *probability sampling* dengan sampel sebanyak 176 responden yang berbelanja di Assalam Hypermarket. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji realibilitas, uji t, uji F, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Untuk hasil uji F secara simultan kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumensecara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Untuk hasil koefisien determinasi (R^2) dijelaskan sebanyak 35,6% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen sedangkan sisanya 64.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan susunan konstruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang diteliti. Dimana, kerangka ini dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika untuk mengkaji secara sistematis kenyataan empirik. Kerangka pemikiran atau kerangka konseptual ini ditujukan untuk memperjelas variabel yang diteliti sehingga elemen pengukurnya dapat dirinci secara kongkrit.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent (Studi Kasus: Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram).

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metodologi penelitiannya, yakni penelitian yang bertujuan untuk menjalankan fenomena melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian kualitatif tidak selalu bertujuan untuk mencari sebab akibat terjadinya sesuatu, tetapi lebih berupaya memahami situasi tertentu untuk sampai pada suatu kesimpulan objektif, penelitian kualitatif berupaya mendalami dan menerobos gejalanya dengan menginterpretasikan masalah atau menyimpulkan kombinasi dari berbagai arti permasalahan sebagaimana disajikan oleh situasinya.

3.1.2. Sifat Penelitian

Dilihat dari segi sifatnya, penelitian ini adalah penelitian deskriptif, artinya penelitian yang menggambarkan objek tertentu dan menjelaskan hal-hal yang terkait dengan atau melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi tertentu dalam bidang tertentu secara factual dan cermat. Penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini semata-mata menggambarkan suatu objek untuk mengambil kesimpulan yang berlaku secara umum.

Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan penelitian ini berkaitan dengan Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pepsodent (Studi Kasus: Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram).

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai

Kecamatan Tanjung Tiram. Penelitian ini berlangsung dari bulan Juni sampai dengan September 2019.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri dari objek/ subjek yang mempunyai kualitas tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram yang menggunakan produk pasta gigi Pepsodent.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono : 2010). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu cara mengambil sampel setiap konsumen yang sesuai kriteria dan ditemui saat penelitian melakukan penelitian di Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram, sehingga setiap orang tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Teknik ini dipilih oleh peneliti karna peneliti juga memiliki keterbatasan waktu dan dana. Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka mencari sampel dengan cara ini nyaris tidak dapat diandalkan, tapi paling mudah dan cepat dilakukan karena peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang mereka temui. Penarikan sampel ini bermanfaat penggunaannya pada tahap awal penelitian eksploratif yang ditunjukkan untuk mencari petunjuk awal tentang suatu kondisi yang menarik perhatian. Hasil yang diperoleh dengan cara ini seringkali dapat menyediakan bukti-bukti yang cukup melimpah sehingga

pengambilan sampel yang lebih canggih tidak diperlukan lagi.

Menurut Sugiono (2008) ukuran populasi dalam penelitian ini dan sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti. Karna jumlah populasi masih dalam ukuran perkiraan dengan jumlah yang tak pasti, maka peneliti menggunakan penentuan populasi dengan rumus (Wibisono, 2003) jika digunakan untuk mengestimasi μ jika dapat $(1-\alpha)\%$ yakni bahwa error tidak melebihi nilai e tertentu apabila ukuran sampelnya sebesar n , dimana apabila nilai e tidak diketahui, kita dapat menggunakan s dari sampel sebelumnya (untuk $n \geq 30$) yang memberikan estimasi terhadap σ , maka standar deviasi populasinya adalah 0,25. Apabila peneliti ingin menggunakan tingkat presisi 5% dan tingkat kepercayaannya 95%, dan error estimasi μ kurang dari 0,05, karena $\alpha = 0,05$ maka $Z_{0,05} = 1,96$.

Oleh karena itu, besar sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 (moe)^2}$$

Keterangan

N : Ukuran Sampel

Z : 1,96 score pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditemukan 95%)

Moe : *Margin Of Error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96$$

Dari perhitungan di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diklasifikasikan seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.1. sebagai berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	
		Orang	%
1	Laki-laki	40	41,7
2	Perempuan	56	58,3
	Jumlah	96	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

4.1.5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat diklasifikasikan seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.2. sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Frekuensi	
		Orang	%
1	<20 tahun	22	22,9
2	21-30 tahun	31	32,3
3	>31 tahun	43	44,8
	Jumlah	96	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

4.1.5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat diklasifikasikan seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.3. sebagai berikut:

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	
		Orang	%
1	Pelajar	21	21,9
2	PNS	28	29,2
3	Wiraswasta	47	49,0
	Jumlah	96	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

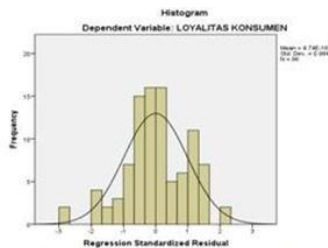
4.1.6. Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi dan Pengujian Hipotesis

4.1.6.1. Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1.1. Uji Normalitas

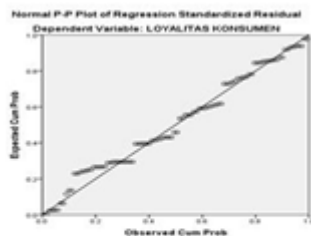
Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen mempunyai

distribusi normal atau tidak. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *pliting* data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi dan residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2005).



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas
Sumber: Hasil Penelitian,2020 (Data diolah)

Berdasarkan gambar 4.2 grafik histogram di atas model regresi cenderung membentuk kurva normal yang cenderung dengan angka standar deviasi mendekati satu yaitu sebesar 0,984. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas
Sumber: Hasil Penelitian,2020 (Data diolah)

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis statistik. Analisis statistik memberikan hasil yang lebih akurat dibandingkan dengan analisis grafik, maka untuk itu dilakukan uji *One*

Sample Kolmogorov – Smirnov Test untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4.16.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	.75222186
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.060
	Negative	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		1.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.192

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.16 terlihat bahwa nilai *Asymp.sig* (2 tailed) adalah 0.192 dan diatas nilai signifikan 0,05 yang nilainya lebih besar dari taraf nyata (α) 0,05 yang artinya data telah berdistribusi normal.

4.1.6.1.2. Uji Multikolinieritas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) yang besar pada variabel-variabel bebas yang dijelaskan oleh variabel terikat. *Tolerance* adalah mengukur variabilitas variabel bebas yang dipilih yang tidak dijelaskan variabel bebas lainnya. Nilai yang dipakai untuk *Tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.17.
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		
	B	Tolerance	VIF
(Constant)	2.233		
1 HARGA	.309	.518	1.929
KUALITAS PRODUK	.363	.402	2.486
KEPUASAN KONSUMEN	.345	.403	2.482

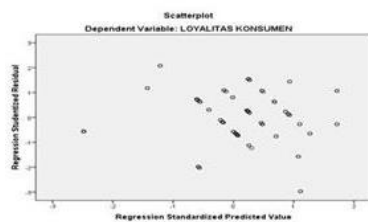
a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN
Sumber: Hasil Penelitian,2019 (Data diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.17 yang ada terlihat bahwa keempat variabel bebas yaitu: harga (X_1), kualitas produk (X_2), kepuasan konsumen (X_3) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$), sedangkan nilai *Tolerance* > 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model persamaan regresi

dengan keempat variabel tersebut terbebas dari asumsi multikolinieritas.

4.1.6.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan grafik. Melalui analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.



Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Penelitian 2020 (Data diolah)

Pada gambar 4.4 dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas. Hal ini dapat terlihat dimana titik-titik tersebar tanpa membentuk suatu pola tertentu dan tersebar baik di bawah atau di atas angka 0 pada sumbu Y.

4.1.6.3. Hasil Uji Hipotesis

4.1.6.3.1. Uji Serempak (Uji F)

Uji F_{hitung} (Uji Serempak) dilakukan untuk melihat secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan dari variabel independen yaitu Harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kepuasan konsumen (X_3) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y). Nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1$, $96 - 3 - 1 = 92$ nilai F_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ adalah 2,71.

Tabel 4.19. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	DF	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247,735	3	82,578	141,331	,000 ^b
	Residual	53,755	92	,584		
	Total	301,490	95			

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN
b. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN, HARGA, KUALITAS PRODUK
Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (Data diolah)

4.1.6.3.2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen) terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen). Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan $df = (n - k)$, dimana n adalah jumlah sampel yaitu 96 dan k adalah jumlah variabel independen yang digunakan yaitu sebanyak 3 variabel, maka $df = (96 - 3) = 93$, maka t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ adalah 1,985. Berikut akan menjelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial.

Tabel 4.20
Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,233	,898		2,486	,002
	HARGA	3,09	,089	,372	4,448	,000
	KUALITAS PRODUK	3,63	,075	,337	4,800	,000
	KEPUASAN KONSUMEN	3,45	,059	,409	5,893	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN
Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

4.1.8.3.3. Uji Determinasi (Uji Goodness of fit)

Uji determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi, dalam Output SPSS terletak pada Tabel Model Summary dan tertulis R Square berkisar nol sampai satu.

Tabel 4.21.
Pengujian Determinasi Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,906 ^a	,822	,816	,764

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN, HARGA, KUALITAS PRODUK
b. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN
Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

Pada Tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,816 atau sebesar 81,6%. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga,

kualitas produk dan kepuasan konsumen sebesar 81,6%. Sedangkan sisanya sebesar 18,4% dijelaskan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji F (Uji Signifikansi Simultan) disimpulkan bahwa variabel yang terdiri dari harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dapat dipakai untuk mengestimasi loyalitas konsumen pada Pepsodent (Studi Kasus Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram)., dimana nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 141,331 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000.
2. Hasil uji signifikansi t (Uji t) menyatakan bahwa yang memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi loyalitas konsumen pada Pepsodent (Studi Kasus Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram)., adalah variabel Harga (X_1) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,448 > 1,985$) dengan taraf signifikan sebesar 0,000, variabel Kualitas Produk (X_2) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,860 > 1,985$) dengan taraf signifikan sebesar 0,000, variabel Kepuasan Konsumen (X_3) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,893 > 1,985$) dengan taraf signifikan sebesar 0,000.
3. Hasil koefisien determinan (R^2) menjelaskan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan

kepuasan konsumen memiliki hubungan yang erat terhadap loyalitas konsumen pada Pepsodent (Studi Kasus Pada Masyarakat Dusun V Tali Air Hilir Desa Tali Air Permai Kecamatan Tanjung Tiram). dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,816 atau 81,6% Sedangkan sisanya sebesar 18,4% dijelaskan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Saran yang bisa diberikan antara lain untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah:

- a. Perusahaan diharapkan dapat terus maningkatkan dan mempertahankan kualitas dari produk-produk yang dihasilkan, karena komponen tersebut terbukti mampu menjadi patokan bagi konsumen dalam membeli suatu produk.
- b. Bagi perusahaan meningkatkan Harga, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen guna untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Hal ini berarti pimpinan perusahaan sebaiknya melihat dan memperhatikan apa saja yang dapat menentukan loyalitas konsumen sehingga perusahaan dapat meningkatkan prestasi lebih baik agar dapat berguna dan bermanfaat bagi perusahaan dimasa yang akan datang.
- c. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat membahas faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.