

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah

*The Effect of Product Quality and Price on Customer Loyalty of Pempek 299 In Lampung Central*

Kelin Parlin Queen<sup>1</sup>, Toton<sup>1</sup>  
Universitas Bandar Lampung

Email: Kelin.18011154@student.ubl.ac.id<sup>1</sup>, toton@ubl.ac.id<sup>2</sup>

### Abstract

*In the era of globalization like today, we must often hear and talk about the business world, a sector that is developing in Central Lampung, namely food, namely Pempek 299. This study was conducted with the aim of knowing the influence of product quality and price on customer loyalty in Pempek 299 partially and simultaneously. The population in this research, namely Pempek 299 consumers in 2020 as many as 975 consumers based on data from Pempek 299 consumers. The research sample totaled 91 respondents. Collecting data by means of interviews, observations, documentation and questionnaires. The analysis technique is in the form of validity test, reliability test, multiple linear regressions analysis, determination coefficient  $R^2$ , hypothesis testing. The research results show 1. Product Quality has a significant positive effect on Customer Loyalty at Pempek 299 in Central Lampung. 2 Price has a significant positive effect on Customer Loyalty at Pempek 299 in Central Lampung. 3. Product Quality and Price have a significant positive effect on Customer Loyalty at Pempek 299 in Central Lampung.*

**Keywords:** *Product Quality; Price; Customer Loyalty*

### Abstrak

Di zaman globalisasi seperti saat ini dunia bisnis pasti sering kita dengar dan bicarakan, sektor yang sedang berkembang di Lampung Tengah yaitu makanan yakni Pempek 299. Penelitian ini dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan Pempek 299 secara parsial dan simultan. Populasi pada riset ini yakni konsumen Pempek 299 Tahun 2020 sebanyak 975 konsumen berdasarkan data konsumen Pempek 299. Sampel penelitian berjumlah 91 responden. Pengumpulan data dengan cara wawancara, regresi linier berganda, koefisien determinasi  $R^2$ , uji hipotesis. Hasil riset menunjukkan 1. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah, 2. Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah, 3. Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah.

**Kata kunci:** *Kualitas Produk; Harga; Loyalitas Pelanggan*

### PENDAHULUAN

Di jaman globalisasi seperti saat ini dunia bisnis pasti sering kita dengar dan bicarakan, produsen dari berbagai sektor baik sektor industri ataupun jasa berusaha menaikkan dan mencari inovasi produk dan jasanya guna memenangkan persaingan untuk merebut minat konsumen. Adapun sektor yang berkembang dengan adanya perdagangan bebas adalah pada sektor industri kuliner. Hal yang harus di lakukan perusahaan agar bisa memenangkan persaingan ialah melalui

**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah**

Kelin Parlin Queen, Toton

DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.239>

penyampaian barang ataupun jasa dengan kualitas baik dan harga yang cukup bersaing dengan pasar supaya terjadi pembelian berulang/loyalitas oleh konsumen.

Di Lampung Tengah sendiri kuliner yang berkembang yaitu Pempek, salah satunya yaitu Pempek 299. Toko Pempek 299 hanya tersedia toko offline dan belum memiliki toko online karena kualitas pempek yang tidak dapat bertahan lama saat pengiriman, Pemilik Pempek 299 tidak ingin adanya kekecewaan dari konsumennya jika terjadi kerusakan pada kualitas pempek pada saat dalam pengiriman. Adanya penurunan penjualan yang terjadi pada toko Pempek 299 menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan menjadi rendah. Ada juga faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan Loyalitas Pelanggan yakni kualitas suatu produk dan harga. Kualitas suatu produk dapat dikatakan baik jika kualitasnya sesuai harapan konsumen, sebaliknya kualitas dikatakan buruk jika kualitasnya tidak sesuai dengan harapan konsumen. Harga dapat dikatakan baik jika harganya sesuai dengan kegunaan yang di terima oleh konsumen, sebaliknya harga dikatakan tidak baik jika harganya tidak sebanding dengan kegunaan produk yang di dapatkan oleh konsumen. Semakin banyak pesaing dalam bidang yang sama ini menjadi suatu tantangan bagi Pempek 299 untuk mendapatkan nilai yang baik bagi konsumen agar adanya Loyalitas Pelanggan.

**Tabel 1**  
**Harga Produk Pempek 299 dan Pesaing**

Produk	Harga	
	Pempek 299	Pempek Angel
Pempek Campur(Adaan, Kulit, Telur Kecil dan Lenjer)	Rp 3.000	Rp 2.000
Pempek Kapal Selam	Rp 15.000	Rp 13.000
Tekwan	Rp 12.000	Rp 10.000

*Sumber: Pempek 299 dan Pempek Angel, 2021*

Berdasarkan tabel 1 perbandingan sampel daftar harga di atas antara Pempek 299 dengan Pempek Angel berbeda, mungkin beberapa faktor yang mempengaruhi dalam pembuatan produk, cita rasa, ataupun kualitas untuk menarik customer. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu konsumen penggemar pempek, kualitas produk pada Pempek 299 perlu diperbaiki agar lebih dapat bertahan lama dan dapat memenangkan kompetisi dengan pesaing.

**Tabel 2**  
**Jumlah Penjualan Pempek 299 Tahun 2016-2020**

Tahun	Jumlah Konsumen	Perkembangan %
2016	900	-
2017	1.250	38,88%
2018	1.460	16,8%
2019	1.195	-18,15%
2020	975	-18,41%
Rata-Rata		4,78%

*Sumber: Pempek 299,2021*

Dari tabel 2 dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2016-2020 jumlah konsumen pada Pempek 299 mengalami penurunan yang cukup banyak. Dapat kita lihat penurunan di tahun 2019 dan 2020, hal ini terjadi karena 2 tahun belakangan di Indonesia terjadi pandemi virus corona (Covid19) yang menyebabkan banyak para pekerja di PHK karena menurunnya pendapatan perusahaan tersebut akibat Covid19 dan menyebabkan penurunan penjualan dari Toko Pempek 299 yang sebagian masyarakat menganggap harganya yang relatif mahal. Menurunnya perekonomian membuat masyarakat tidak konsumtif, ini terjadi karena adanya pendapatan masyarakat yang menurun. Jika setiap tahun semakin menurun maka Pempek 299 akan mengalami kerugian yang besar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Manajemen***

Manajemen ialah melakukan kegiatan bersama anggota guna menggapai tujuan sebuah organisasi tertentu dengan menggunakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, susunan pegawai, arahan, dan juga pengamatan (Afandi,2018:1).

### ***Pemasaran***

Pemasaran merupakan sebuah proses yang dilaksanakan satu orang atau lebih guna menggapai harapan mereka dengan cara penciptaan, pertukaran produk, serta nilai (Philip Kotler dalam Toton,2012).

### ***Kualitas Produk***

Kualitas Produk yakni ciri khusus dari barang serta jasa yang mempengaruhi kapasitasnya guna memberikan kepuasan yang dinyatakan atau tidak dinyatakan (Tjiptono, et al. dalam Warganegara,2020).

### ***Indikator Kualitas Produk***

Mengacu pada teori Gasperz (2008:119) bahwa indikator dalam penelitian ini yaitu: Makanannya segar, Penyajiannya menarik, Tidak mudah basi, Makanannya higienis, Rasanya enak.

### Harga

Harga ialah sebagian uang yang digunakan guna memperoleh berbagai produk dan jasa (Kotler dan Keller, 2016:181).

### Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong terjemahan Sabran (2012:52), ada empat indikator yang harga yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga., Kesesuaian harga dengan manfaat.

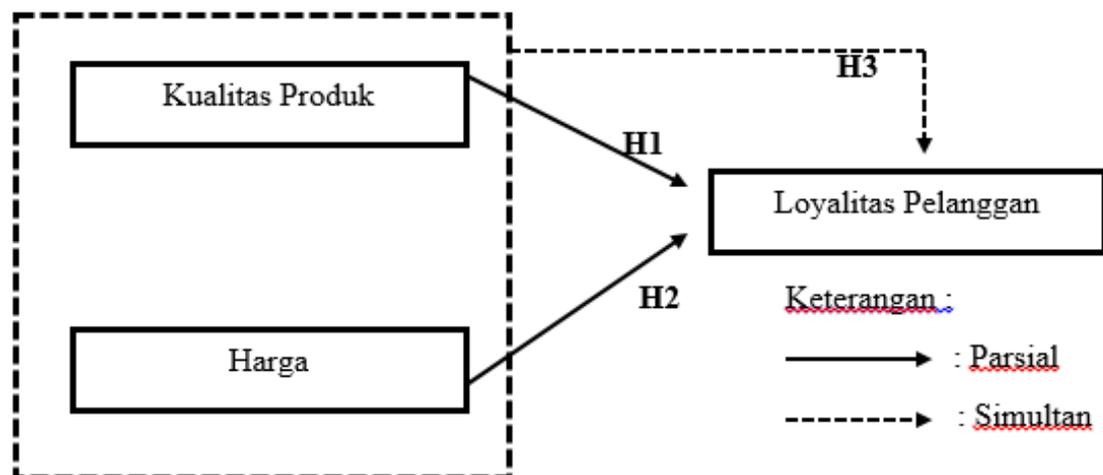
### Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan ialah kesetiaan pembeli kepada suatu barang ataupun jasa, yang di buktikan dengan adanya pembelian ulang secara terus menerus (Tjiptono, 2012).

### Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (dalam Sangadji & Sopiha 2013) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu: Pembelian ulang, Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut, Selalu menyukai merek tersebut, Tetap memilih merek tersebut, Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik, Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.

### Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

H1: Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah.

H2: Harga memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah.

H3: Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian yakni penelitian kuantitatif dengan sifat deskriptif. Populasi pada riset yakni semua konsumen Pempek 299 di Lampung Tengah sebanyak 975 selama 1 Tahun pada Tahun 2020. Teknik pengambilan sample yakni memakai teknik *non probabiliti sampling*, jenis *convenience sampling* menggunakan rumus slovin dan didapat sebanyak 91. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Objek penelitian pada penelitian ini adalah Pempek 299 di Lampung Tengah, sedangkan subjek penelitiannya adalah Konsumen Pempek 299 di Lampung Tengah. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner, data yang didapat melalui kuesioner googleform tersebut kemudian diubah menjadi angka-angka dan diolah menggunakan SPSS versi 25. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.535	0,206	Valid
	X1.2	0.648	0,206	Valid
	X1.3	0.62	0,206	Valid
	X1.4	0.563	0,206	Valid
	X1.5	0.578	0,206	Valid
	X1.6	0.633	0,206	Valid
	X1.7	0.536	0,206	Valid
	X1.8	0.568	0,206	Valid
	X1.9	0.51	0,206	Valid
	X1.10	0.565	0,206	Valid
Harga	X2.1	0.694	0,206	Valid
	X2.2	0.67	0,206	Valid
	X2.3	0.557	0,206	Valid
	X2.4	0.712	0,206	Valid
	X2.5	0.36	0,206	Valid
	X2.6	0.345	0,206	Valid
	X2.7	0.635	0,206	Valid
	X2.8	0.472	0,206	Valid
	X2.9	0.326	0,206	Valid
	X2.10	0.388	0,206	Valid

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299  
di Lampung Tengah

Kelin Parlin Queen, Toton

DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.239>

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
Loyalitas Pelanggan	Y1	0.756	0,206	Valid
	Y2	0.789	0,206	Valid
	Y3	0.776	0,206	Valid
	Y4	0.727	0,206	Valid
	Y5	0.643	0,206	Valid
	Y6	0.526	0,206	Valid
	Y7	0.31	0,206	Valid
	Y8	0.319	0,206	Valid
	Y9	0.357	0,206	Valid
	Y10	0.399	0,206	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2021

Hasil pengolahan validitas untuk seluruh pertanyaan dapat dikatakan valid karena memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel} = 0,206$ .

### Uji Reliabilitas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	Realibility
X1	.774	Reliabel
X2	.702	Reliabel
Y	.772	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2021

Dari pengolahan uji reliabilitas ditemukan nilai alpha nya  $> 0,60$  oleh sebab itu kuesioner yang digunakan pada riset ini dinyatakan reliabel.

### Regresi Linear Berganda

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.402	3.981		2.110	.038
	Kualitas Produk(X <sub>1</sub> )	.229	.114	.217	2.013	.047
	Harga(X <sub>2</sub> )	.590	.127	.503	4.665	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2021

Hasil pengolahan data diatas maka diperoleh persamaanya:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 8,402 + 0,229X_1 + 0,590X_2 + e$$

Pembahasan dari persamaan diatas yaitu:

1. Konstanta sebesar 8,402 bisa dikatakan jika kualitas produk serta harga nilainya 0, jadi loyalitas pelanggan adalah 8,402.
2. Nilai koefisien regresi variable kualitas produk sebesar 0,229 memberikan makna yakni setiap kenaikan kualitas produk sebanyak 1 satuan, jadi bisa meningkatkann loyalitas pelanggan sebesar 0,229
3. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,590 memberikan makna yakni setiap kenaikan harga sebanyak 1 satuan, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,590.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.669 <sup>a</sup>	.448	.435	3.23330

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2021

Hasil uji menunjukan pengaruh variabel kualitas produk serta harga terhadap loyalitas pelanggan. Didapat  $R = 0,669$  dan koefisien determinasi  $R^2 = 0,448$  atau 44,8%. Besarnya koefisien determinasi memiliki arti, perubahan yang terjadi pada loyalitas pelanggan sebesar 44,8% dipengaruhi oleh kualitas produk serta harga sisanya 55,2% dipengaruhi hal yang tidak tercakup dalam penelitian.

### Uji T

**Tabel 7 Hasil Uji t**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.402	3.981		2.110	.038
	Kualitas Produk(X <sub>1</sub> )	.229	.114	.217	2.013	.047
	Harga(X <sub>2</sub> )	.590	.127	.503	4.665	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2021

Hasil pengolahan uji didapatkan  $t_{hitung}$  variabel Kualitas Produk yakni 2,013 >  $t_{tabel}$  1,987 dan signifikansnya  $0,047 < 0,05$  maka Kualitas Produk berpengaruh

positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.  $t_{hitung}$  variabel Harga yaitu  $4,665 > t_{tabel}$   $1,987$  dan signifikansinya  $0,000 < 0,05$  oleh sebab itu Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

## Uji F

### Tabel 8

#### Hasil Uji F

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	746.136	2	373.068	35.686	.000 <sup>a</sup>
Residual	919.974	88	10.454		
Total	1666.110	90			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

*Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2021*

Hasil pengolahan data didapatkan  $F_{hitung}$  sebesar  $35,686 > F_{tabel}$   $3,10$  dan signifikansinya  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk serta harga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama sama terhadap Loyalitas Pelanggan.

## Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Parsial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi pada  $t_{hitung}$  dengan hasil sebesar  $2,013$  dimana hasil tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar  $1,987$ . Kemudian pada nilai signifikansinya sebesar  $0,047$  lebih kecil dari  $0,05$ . Jadi semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan oleh Toko Pempek 299 Lampung Tengah semakin tinggi kepuasan pelanggannya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah kualitas produk yang diberikan, semakin rendah kepuasan pelanggannya.

Hasil penelitian ini juga didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Dennis Ola Elaman dan Sasi Agustin (2019) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Sipulung di Surabaya" dimana hasil dari penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kedai Sipulung.

### **Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Parsial**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi pada  $t$  hitung dengan hasil sebesar 4,665 dimana hasil tersebut lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,987. Kemudian pada nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil Penelitian ini juga didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Zulfi Ilfathna (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mie Kober Setan di Kota Malang) dimana hasil dari penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Simultan**

Berdasarkan hasil Uji F (Uji Statistik Simultan) didapatkan hasil  $F_{hitung}$  sebesar 35,686 dimana hasil tersebut lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu 3,10 dan hasil signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh H Helmy Muhammad S, Heni Rohaeni dan Wulan Yuliyana yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel” dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel di Kota Cimahi.

### **KESIMPULAN**

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299
3. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Konsep dan Indikator*. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Gaspersz, V. (2008). *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299  
di Lampung Tengah

Kelin Parlin Queen, Toton

DOI: <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.239>

---

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, A. A., & Kurniawan, T. (2022). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Maspion. *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 89-94.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Toton, & Sukma, A. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Sim Card Flexi Trendy Pada PT. Telkom Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Warganegara, T. L., & Alviyani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 1(2).