

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO BEN'S LAUNDRY MEDAN

Samuel T.U.A Ginting, S.E.,M.M. ¹, Lasma Melinda Siahaan, S.E, M.Si. ²,
Setiawan Jaya Ginting³, Selvida Riahta br Tarigan⁴

^{1,2}Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Dan Hukum, Universitas Quality Medan,

^{3,4}Mahasiswa/i Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Dan Hukum, Universitas Quality Medan

Email: samuelginting281@gmail.com

Abstract: Medan is a developing city with high economic growth, which continues to increase every year, where the economic growth rate in the Medan City area in 2022 is 4.71% (www.bps.go.id), which of course can cause several problems, so that currently The company in each of its business management also pays attention to improving service quality and prices in all areas in accordance with community needs which can generate customer loyalty, including the need for cloth washing or laundry.

The aim of this research is to determine the level of customer loyalty from the influence of service quality and prices at the Ben's Laundry Shop in Medan. Then this research can find out which variable is more dominant, where the Independent variable (X) is: Service Quality (X1), Price (X2) and the dependent variable (Y) is Customer Loyalty.

This research is based on quantitative descriptive analysis, measuring each variable with numbers, data analysis, statistics, and using the SPSS software application, as well as assessment using intervals, the average score of variables X1, X2, and Y from respondents' assessments (Sugiyono, 2017). and the value of the multiple regression coefficient that the conclusions X1 and Then X jointly influences Y through the multiple coefficient of determination test, while the remaining variables influence it. Looking for variable X that is more dominant over variable Y through the partial coefficient test (r). The publication of the research output is a research journal that has an Online Journal System (OJS), so researchers are interested in the research title, namely "The Influence of Service Quality and Price on Customer Loyalty at the Ben's Laundry Shop in Medan".

Keywords : Service Quality, Price, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Semakin meningkatnya rutinitas manusia, maka banyak perubahan-perubahan yang terjadi dalam aktifitas kehidupan manusia pada umumnya. Salah satu gaya hidup dari masyarakat kota adalah mencuci pakaian di tempat-tempat khusus atau dikenal dengan laundry. Awal munculnya layanan jasa laundry di kota besar ini adalah sebagai kebutuhan orang-orang kota untuk meringankan pekerjaan rumah tangga karena adanya keterbatasan waktu yang dimiliki, maka sebagai solusinya adalah menggunakan jasa laundry. Kecenderungan konsumen mengikuti gaya hidup membuat orang lebih mengutamakan efisiensi waktu.

Kemudian konsumen juga sangat membutuhkan layanan agar mereka dapat berkonsultasi untuk mendapatkan solusi yang baik dari produk yang dibeli. Berbagai Kegiatan usaha dalam menjual barang ataupun jasa membutuhkan Kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen, dimana sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian dan secara berulang-ulang, dan akhirnya pelanggan menjadi loyal. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari Bukti

fisik yang ada di tempat usaha, keandalan dalam pelayanan, Daya tanggap terhadap keinginan konsumen, memberikan jaminan kepada konsumen dalam seluruh pelayanan, empati terhadap yang diinginkan konsumen. Layanan merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi pemikiran dan penilaian konsumen pada sebuah toko, ketika suatu usaha yang bergerak dalam penjualan produk mampu memberikan pelayanan yang baik dan jelas dalam memaparkan produk yang dijualnya, maka hal tersebut dapat menciptakan rasa nyaman dalam diri konsumen.

Setelah konsumen memahami kualitas pelayanan maka selanjutnya mereka akan menanyakan harga produk tersebut (Insani, 2020). Toko Laundry dalam menentukan harga yang sesuai harus mampu bersaing dengan para kompetitor, dan tentunya harga juga dapat terjangkau oleh konsumen (Wahyuni, 2018). Pada Toko Ben's Laundry Medan ada berbagai Paket Laundry yang ditawarkan antara lain: Cuci + Setrika + Pewangi, Cuci + Tanpa Strika + Pewangi, Setrika + Pewangi, Paket Setrika Bulanan, Paket Cuci Bulanan, Paket 7 Kg dan lain sebagainya, dengan waktu pengerjaan yaitu :

Reguler 2 hari, Kilat 1 hari, Express 6 jam, dan Super Express 1 jam.

Dari penelitian ini diharapkan penulis mampu memahami loyalitas pelanggan ketika memanfaatkan jasa Toko Ben's Laundry Medan, dan diharapkan dapat membantu Toko Ben's Laundry Medan dalam memahami Loyalitas dari pelanggannya, sehingga pemilik toko dapat menetapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen dan daya saing di kota Medan. Perusahaan harus memastikan Loyalitas Pelanggan melalui kualitas pelayanan yang ditawarkan, Harga yang diberikan ke pelanggan. Selain itu penulis dapat mengetahui variabel yang paling dominan mempengaruhi Loyalitas pelanggan, hal tersebut nantinya untuk membantu Toko membenahi variabel yang kurang dominan dalam loyalitas pelanggannya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, adapun rumusan masalahnya adalah : Seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas pada Toko Ben's Laundry Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2015) Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. (Putri Aprilia, Andani, & Musthofa Hadi, 2020) Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen karena jasa yang dirasakan langsung oleh konsumen akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian konsumen. Adapun indikator kualitas pelayanan diantaranya :1. Dimensi Tangible (Bukti fisik), 2. Dimensi Reliability (Keandalan), 3. Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap), 4. Dimensi Assurance (Jaminan), 5. Dimensi Emphaty (Empati).

Harga

Menurut (Kotler & Amstrong, 2014) Harga mengartikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat dalam penggunaannya. (Bali, A. Y. , 2022) Adapun indikator dari harga diantaranya : 1. Harga sesuai kualitas produk, 2. Harga mampu bersaing dengan para pesaing, 3. Harga terjangkau oleh konsumen.

Loyalitas pelanggan

Menurut (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) Loyalitas Pelanggan adalah kecenderungan yang menguntungkan pelanggan terhadap layanan yang relatif terhadap perusahaan lain yang menawarkan layanan yang sama. (Harjono, Robby, & Maria Assumta Evi Marlina., 2021) Adapun indikator dari Loyalitas Pelanggan diantaranya : 1. Mengatakan hal-hal positif kepada orang lain (*Say positive things to other people*), 2. Merekomendasikan kepada orang lain (*Recommend to others*). 3. Merefereasikan kepada kerabat (*Refer to friends*), 4. Pilihan pertama untuk memanfaatkan layanan (*First choice to avail services*). 5. Melakukan lebih banyak bisnis di masa depan juga (*Will do more business in future also*).

METODE PENELITIAN

Metode

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden (Hasan, 2014). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variable-variabel penelitian dengan angka angka dan melakukan analisa data dengan prosedur statistic (Indriantoro & Supomo. , 2014)

Definisi Operasional Variabel.

Defenisi operasional dilakukan untuk menghindari penyimpangan dalam membahas dan menganalisis permasalahan penelitian yang dilakukan. Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Penelitian ini membahas tentang variabel independen (variabel bebas), yaitu Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2), Variabel dependent (variabel terikat), yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) pada Toko Ben's Laundry Medan.

Defenisi operasional variabel pada penelitian ini adalah

1. Variabel Dependen : Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut (Sugiyono, 2017) variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, berkaitan dengan adanya variabel bebas.

2. Variabel Independen : Kualitas Pelayanan (X1), dan Harga (X2).
Menurut (Sugiyono, 2017) variabel independen yaitu variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau munculnya variabel dependen.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.	1. Reliability (Keandalan) 2. Tangible (Bukti fisik) 3. Responsiveness (Daya Tanggap) 4. Assurance (Jaminan) 5. Emphaty (Empati) (Tjiptono, 2015)	Likert
Harga (X2)	Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat dalam penggunaannya.	1. Harga sesuai kualitas produk 2. Harga mampu bersaing dengan para pesaing 3. Harga terjangkau oleh konsumen (Kotler & Amstrong, 2014)	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan yang menguntungkan kan pelanggan terhadap layanan yang relatif terhadap perusahaan lain yang menawarkan layanan yang sama.	1. Mengatakan hal-hal positif kepada orang lain (<i>Say positive things to other people</i>). 2. Merekomendasikan kepada orang lain (<i>Recommend to others</i>). 3. Mereferensikan kepada kerabat (<i>Refer to friends</i>). 4. Pilihan pertama untuk memanfaatkan layanan (<i>First choice to avail services</i>). 5. Melakukan lebih banyak bisnis di masa depan juga (<i>Will do more business in future also</i>). (Kotler & Kevin Lane Keller, 2016)	Likert

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan Laundry pada Toko Ben's Laundry Medan sekitar 125 Orang. Lokasi penelitian dilakukan di Toko Ben's Laundry Medan yang berada di Jl. Jamin Ginting No. 638B, Padang Bulan, Kota Medan. Subyek dari penelitian ini adalah Loyalitas dari pelanggan yang telah menggunakan jasa pelayanan Toko Ben's Laundry Medan.

Sampel

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini akan menggunakan sampel pelanggan yang telah menggunakan jasa pelayanan Toko Ben's Laundry Medan. Penentuan sampel dengan Rumus Slovin yaitu : $n = \frac{N}{1+N e^2}$, dimana Populasi (N), Sampel (n), taraf signifikansi $\alpha=0,05$. Sehingga jumlah sampel sebesar $n = \frac{125}{1+(125)(0,05)^2} = 95,2381 \approx 96$ Orang.

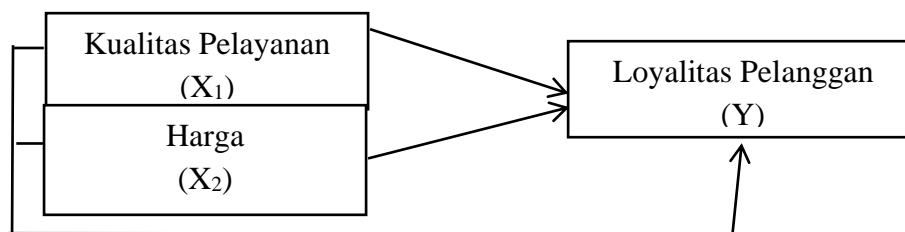
Pengumpulan Data

Menurut (Nofindri, Maharesta, Sutarjo, & Hadya, 2021) Agar penulisan ini dapat memberikan gambaran akan sifat kebenaran penelitian secara ilmiah dan dapat ditulis secara sistematis, maka pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan penelitian lapangan, penulisan secara langsung meninjau ke lapangan atau ke objek penelitian untuk memperoleh data primer yang dipergunakan dalam analisis dan pembahasan selanjutnya melalui 3 metode, yaitu Observasi, Wawancara dan Kuisioner.

Analisis Data

Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif kuantitatif memberikan sebuah gambaran atau deskripsi tentang suatu data yang dilihat melalui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum (Ghozali, 2016). Kemudian Analisis statistik adalah analisis yang menggunakan cara perhitungan statistika. Perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan angka-angka dimana perhitungan ini digunakan untuk menganalisis suatu hipotesis (Ghozali, 2016).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2017). Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan, dapat dirumuskan hipotesis sementara sebagai berikut :

1. Hipotesis 1.

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Ben's Laundry Medan.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Ben's Laundry Medan.

2. Hipotesis 2.

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Ben's Laundry Medan.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Ben's Laundry Medan.

3. Hipotesis 3.

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Ben's Laundry Medan.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Ben's Laundry Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Perusahaan

Dalam penelitian ini akan dibahas oleh penulis adalah salah satu toko dengan nama Toko Ben's Laundry di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Toko Ben's Laundry ini dikenal sebagai Toko yang berfokus dalam penjualan jasa melayani pencucian, setrika, pewangi kain seperti : baju, celana, selimut, seprei, dan lain-lain yang berdiri dimulai sekitar Tahun 2018 di Medan. Pada Toko Ben's Laundry Medan ada berbagai Paket Laundry yang ditawarkan antara lain: Cuci + Setrika + Pewangi, Cuci + Tanpa Strika + Pewangi, Setrika + Pewangi, Paket Setrika Bulanan, Paket Cuci Bulanan, Paket 7 Kg dan lain sebagainya, dengan waktu pengerjaan yaitu : Reguler 2 hari, Kilat 1 hari, Express 6 jam, dan Super Express 1 jam. Hal yang mendasari usaha Laundry ini berdiri dikarenakan meningkatnya kesibukan masyarakat disekitar daerah tersebut yang menimbulkan tidak memiliki waktu dalam mencuci pakaiannya, dan masyarakat juga ingin hidup yang lebih praktis dan instan. Jadi Pendiri Toko Ben's Laundry Medan menilai hal tersebut

merupakan salah satu peluang bisnis terbaik dan menjanjikan yang ada di Kota Medan.

2. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung (N=95)	r-tabel (N=95)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (KP)				
Tangible (Bukti Fisik)	KP1	0,747	0,202	Valid
Reliability (Keandalan)	KP2	0,492	0,202	Valid
Responsiveness (Daya Tanggap)	KP3	0,554	0,202	Valid
Assurance (Jaminan)	KP4	0,556	0,202	Valid
Emphaty (Empati)	KP5	0,445	0,202	Valid
Harga (H)				
Harga 1	H1	0,547	0,202	Valid
Harga 2	H2	0,647	0,202	Valid
Harga 3	H3	0,572	0,202	Valid
Loyalitas Pelanggan (LP)				
Loyalitas Pelanggan 1	LP1	0,812	0,202	Valid
Loyalitas Pelanggan 2	LP2	0,707	0,202	Valid
Loyalitas Pelanggan 3	LP3	0,739	0,202	Valid
Loyalitas Pelanggan 4	LP4	0,677	0,202	Valid
Loyalitas Pelanggan 5	LP5	0,730	0,202	Valid

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2. Hasil Uji Validitas diperoleh $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ [Tabel Product moment dengan signifikan 0,05, untuk degree of

freedom (df) = $n-k (95-2)$] dari seluruh koefisien korelasi seluruh indikator sehingga dapat dinyatakan valid

3. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha (N=96)	Batas Minimum	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,721	0,6	Reliabel
2.	Harga	0,670	0,6	Reliabel
3.	Loyalitas Pelanggan	0,781	0,6	Reliabel

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel uji reliabilitas seperti pada Tabel 3. diperoleh bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Pelanggan nilainya lebih besar dari $> 0,6$, Maka semua pertanyaan di setiap variabel penelitian adalah reliabel.

4. Analisis Deskriptif (rata-rata) pada Variabel Penelitian.

Menurut (Wahyuni, 2018) Analisis deskriptif rata-rata yaitu nilai rata-rata yang muncul dari hasil penelitian terhadap variabel penelitian dan merupakan jumlah dari seluruh hasil penelitian dengan jumlah penelitiannya. Untuk menginterpretasikan variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas pelanggan dapat ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman terhadap batasan-batasan yang ada di bawah ini: Skors persepsi terendah adalah : 1, Skor Persepsi tertinggi adalah : 5, jadi Interval =

$(5-1)/5 = 0,80$. Sehingga batasan persepsi yaitu : Tidak Setuju, 2,61 – 3,40 = Cukup Setuju, 3,41 – 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju, 1,81 – 2,60 = 4,20 = Setuju, 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju.

Tabel 4. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Pelanggan

No.	Item Dimensi pada Toko Ben's Laundry Medan	Mean	Kategori
Dimensi Kualitas Pelayanan			
1	Tangible		
	Tempat Parkir yang disediakan luas, Prasarana yang disediakan telah memenuhi Kebutuhan Konsumen.	3,71	Setuju
2	Reliability		
	Jasa yang tersedia Lengkap, Konsumen mudah dalam memilih jasa pencucian.	3,55	Setuju
3	Responsiveness		
	Karyawan memberikan solusi telah sesuai dibutuhkan konsumen, dan karyawan merespon dengan cepat ketika terjadi keluhan.	3,86	Setuju
4	Assurance		
	Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani konsumen, dan keamanan dalam melakukan transaksi terjamin.	3,77	Setuju
5	Emphaty		
	Karyawan mampu memahami apa dibutuhkan konsumen, dan mampu menciptakan komunikasi yang baik dengan konsumen.	4,09	Setuju
	Rata – Rata	3,80	Setuju
Dimensi Harga			
1	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas jasa.	3,81	Setuju
2	Harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan toko lain.	4,00	Setuju
3	Harga yang ditetapkan terjangkau oleh konsumen.	3,78	Setuju
	Rata – Rata	3,86	Setuju
Dimensi Loyalitas Pelanggan			
1	Konsumen mengatakan hal-hal positif kepada orang lain.	3,75	Setuju
2	Konsumen merekomendasikan kepada orang lain.	3,75	Setuju
3	Konsumen mereferensikan kepada kerabat.	4,16	Setuju
4	Konsumen merasa pilihan pertama untuk memanfaatkan layanan.	3,54	Setuju
5	Konsumen merasa melakukan lebih banyak bisnis di masa depan.	3,95	Setuju
	Rata – Rata	3,88	Setuju

Sumber: Data diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel 4. menunjukkan bahwa rata-rata penilaian yang dilakukan oleh responden yaitu terhadap variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3,80, Variabel Harga sebesar 3,86, dan Variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 3,88, keseluruhan variabel yaitu berada pada interval 3,41 - 4,20 yang masuk didalam kriteria setuju. Dalam tabel tersebut penilaian tertinggi terjadi pada item Konsumen mereferensikan kepada kerabat pada Toko Ben's Laundry Medan dengan nilai rata-rata sebesar 4,16 yang termasuk dalam kriteria setuju,

sedangkan penilaian terendah terjadi pada item Konsumen merasa pilihan pertama untuk memanfaatkan layanan pada Toko Ben's Laundry Medan dengan nilai rata-rata sebesar 3,54 yang termasuk dalam kriteria setuju. Para konsumen memberikan penilaian terendah pada item tersebut karena konsumen merasa pilihan pertama untuk memanfaatkan layanan pada Toko Ben's Laundry Medan harus membuat standar yang lebih baik lagi dibandingkan dengan pesaingnya, sehingga sikap loyalitas pelanggan akan muncul dari konsumen tersebut.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Regresion Coefficient	t hitung	Sig t	r	r ²	Keterangan
(Constant)	3,111					

Kualitas Pelayanan	0,519	6,963	0,000	0,814	0,663	Signifikan
Harga	0,532	4,470	0,000	0,760	0,513	Signifikan
R Square : 0,723						
R : 0,851						
F hitung : 120,285						
Signif F : 0,000						

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2023

Persamaan Regresi Linier berganda dengan menggunakan Program SPSS dapat sebagai berikut: $Y=3,111+0,519X_1+0,532X_2$

Hasil persamaan regresi pada Tabel 5. di atas menjelaskan bahwa konstanta (Y) adalah sebesar 3,111. maka jika tidak ada variabel Kualitas Pelayanan, dan Harga yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Toko Ben's Laundry Medan, maka Loyalitas Pelanggan akan sebesar 3,111. Hal ini dapat diartikan bahwa Loyalitas pelanggan akan rendah apabila perusahaan tidak memperhatikan Kualitas Pelayanan, dan Harga.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) merupakan masing – masing variabel yang mempengaruhi loyalitas Pelanggan dengan koefisien regresi sebesar $X_1=0,000$, $X_2=0,000$ yang masing-masing variabel memiliki arti apabila Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) meningkat sebesar satu satuan maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat masing – masing sebesar $X_1=0,000$ dengan anggapan Harga (X2) tetap, $X_2=0,000$ dengan anggapan Kualitas Pelayanan (X1) tetap. Hal ini berarti bahwa masing -masing semakin baik Kualitas Pelayanan, Harga, maka akan semakin tinggi pula Loyalitas Pelanggan.

6. Uji F

Hasil uji F pada Tabel 5. diperoleh F hitung sebesar 120,285 dan sig F sebesar 0,000. Karena sig F lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara Bersama-sama (simultan) Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Ben's Laundry Medan, hal tersebut disesuaikan dengan Dasar pengambilan keputusannya oleh (Ghozali, 2016) dimana dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi F.

7. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya semua variabel (X) secara serempak terhadap variabel independen

(Y). Pada Tabel 5. menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi berganda = 0,723 yang menunjukkan variabel bebas secara Bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 72,3% sisanya sebesar 27,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Variabel lain tersebut dapat berupa produk, promosi, dan tempat.

8. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X_1 , dan X_2 (Kualitas Pelayanan, dan Harga) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2016). Dengan membandingkan antara sig t dengan tingkat signifikansi 5%.

Hasil uji t sendiri dapat dilihat di Tabel 5. dan dijelaskan melalui Pengujian terhadap koefisien regresi pada masing-masing variabel Kualitas Pelayanan (X1) dengan nilai sig t = 0,000 berarti ($0,000 < 0,005$) menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan secara signifikansi terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ben's Laundry Medan, Harga (X2) dengan nilai sig t = 0,000 berarti ($0,000 > 0,005$) menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya ada pengaruh variabel Harga secara signifikansi terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ben's Laundry Medan.

Berdasarkan hasil uji F memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan secara Bersama sama Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan”. Sedangkan dari hasil uji t memunculkan hipotesis “Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan”, dan “Terdapat pengaruh signifikan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan”.

9. Korelasi Parsial (r) dan Korelasi Determinasi Parsial (r^2)

Hasil pengujian korelasi parsial pada Tabel 5. menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1),

dan Harga (X2) dengan loyalitas Pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa $0,000 < 0,005$ dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 5% yang menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan dari dua variabel tersebut. Tetapi dari dua variabel tersebut variabel yang paling dominan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan adalah Kualitas Pelayanan karena memiliki nilai r sebesar 0,814. Dalam Korelasi Determinasi Parsial (r^2) Dari hasil uji pada tabel 5. Dapat diketahui bahwa variabel

independen Kualitas Pelayanan memiliki nilai r^2 sebesar 0,663 atau sebesar 66,3% yang menunjukkan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap variabel dependen Loyalitas Pelanggan (Y).

10. Uji Asumsi Klasik.

Pengujian yang digunakan dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

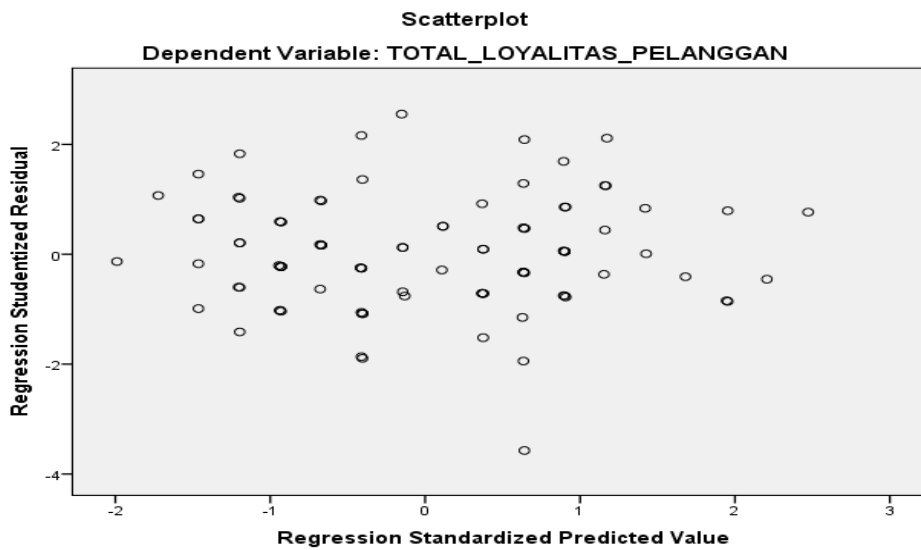
No.	Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Kualitas Produk	0,473	2,116	Tidak terjadi Multikolinieritas
2.	Harga	0,473	2,116	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data SPSS 22 diolah Tahun 2023

Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10” (Ghozali, 2016). Berdasarkan Tabel 6. menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan,

dan Harga memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1. Dengan demikian dapat diketahui bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

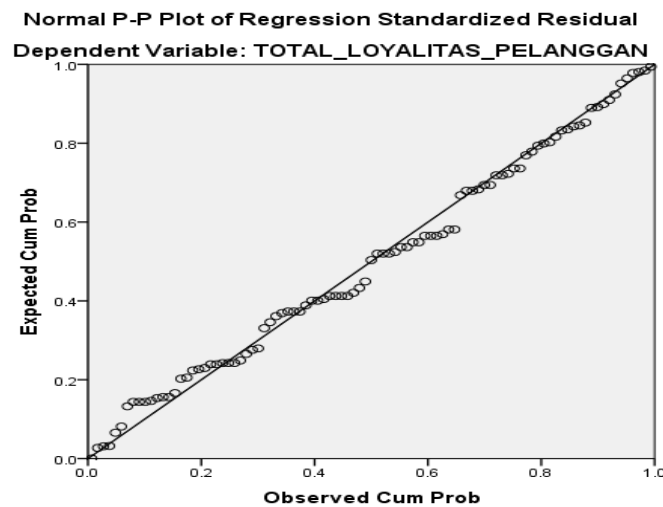


Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2. diatas dapat terlihat bahwa data residual yang ada pada model regresi menyebar baik diatas maupun dibawah titik 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu.

Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Uji Normalitas



Gambar 3. Uji Normalitas

Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian menemukan bahwa secara Bersama-sama Kualitas Pelayanan, dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas Pelanggan (Setyo, 2017). Oleh sebab itu perlu bagi Toko Ben's Laundry Medan meningkatkan strategi marketing mix pada setiap dimensi dalam setiap variabel yang akan dijelaskan dibawah ini diantaranya:

1. Kualitas Pelayanan

Dari hasil penelitian regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 6. menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki hasil signifikansi. Sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti bahwa ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Toko Ben's Laundry Medan. (Thungasal, C. & Siagian, H., 2019) Dapat disimpulkan bahwa pelayanan toko berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan hal tersebut dapat disebabkan karena Jasa Pencucian pakaian merupakan salah satu kebutuhan sehari-hari bagi konsumen, sehingga bagi konsumen Kualitas pelayanan seperti Keandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati diperlukan karena bagi konsumen yang terpenting adalah jasa pencucian pakaian ini sangat tersedia pada saat dibutuhkan, sehingga mereka lebih cepat dalam menyelesaikan pekerjaan mereka.

2. Harga

Dari hasil penelitian regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 6. menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki hasil signifikansi. Sehingga hipotesis H_0 ditolak,

dan H_2 diterima yang berarti bahwa ada pengaruh variabel harga secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ben's Laundry Medan. (Malelak, S., Setiawan, B., & Maulidah, S., 2021) Dapat disimpulkan bahwa Harga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, karena bagi konsumen harga harus yang menarik dan kompetitif, dengan harga yang ditetapkan sesuai dengan Kualitas Pelayanan, harga ditetapkan lebih murah dibandingkan pesaingnya, dan Harga yang ditetapkan terjangkau oleh konsumen, sehingga harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan yakni dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dari dua variabel independent Kualitas Pelayanan, dan Harga yang kedua variabel tersebut signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, dan Harga memiliki signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ben's Laundry Medan, Karena bagi konsumen Kualitas Pelayanan harus memiliki keandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati yang baik, dan Harga harus memiliki harga sesuai dengan Kualitas Layanan, harga mampu bersaing dengan para pesaing, dan harga terjangkau oleh konsumen. Selain itu jasa pencucian pakaian disediakan Toko Ben's laundry Medan juga merupakan kebutuhan penting sehari-hari dalam bekerja dan beraktivitas.

REFERENSI

- Antonius, I., & Suharto, S. (2013). Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1 No. 2*.
- Bali, A. Y. . (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi . Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi, 1(1)*, 1–14. Retrieved from <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 22*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjono, Robby, & Maria Assumta Evi Marlina. (2021). “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash.”. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis 6* .
- Hasan, I. (2014). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indriantoro, & Supomo. . (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Insani, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) JIMEA*, 112-122.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Malelak, S., L., Setiawan, B., & Maulidah, S. (2021). *Analysis of Marketing Mix on Consumer Loyalty: Empirical Study of Customer Satisfaction of Local Product. In Technology, and Organizational Behavior (IJBTOB) (Vol. 1, Issue 3)*. Retrieved from <https://ijbtob.org>
- Nofindri, L., Maharesta, Sutarjo, A., & Hadya, R. (2021). “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Mini Market Wirda Kota Padang.” . *Jurnal Marta 3*.
- Putri Aprilia, Andani, & Musthofa Hadi. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Travel Brow Lumajang.”. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Rini Sugiarsih Duki Saputri. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 26-53.
- Setyo, E. (2017, Februari). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Surabaya, Volume 1, Nomor 6. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.*, 755 - 764.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Bandung: CV Alfabeta*. Bandung: CV Alfabeta.
- Thungasal, C., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Agora, 7(1)*, 287133.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto). *Skripsi*.