

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
KERAJINAN SONGKET BATU BARA
(Studi Kasus Pada Kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan
Talawi Kabupaten Batu Bara)**

Heri Prasuhanda Manurung

Fakultas Ekonomi Universitas Asahan, Jl. Latsitarda VII Kisaran – Asahan
Sumatera Utara

Email : Hpmanurung@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen kerajinan Songket Batu Bara (studi kasus pada kelompok kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara).

Hasil penelitian analisis regresi linier berganda $Y = -3,881 + 0,367 X_1 + 0,728 X_2 - 0,107 X_3 + 0,268 X_4 + e$. Dari hasil Uji F, diperoleh F_{hitung} sebesar 21,716 dengan nilai signifikan 0,000. Sedangkan hasil Uji F, diperoleh F_{hitung} sebesar 28,815 dengan nilai signifikan 0,000. Sedangkan F_{tabel} sebesar 2,48 dengan α 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan Terhadap Terhadap Loyalitas Konsumen Kerajinan Songket BatuBara (studi kasus pada kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara), karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($28,815 > 2,48$) signifikan penelitian $> 0,05$ ($0,000 > 0,05$). Hal ini berarti bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_a . Dari hasil uji t (parsial) kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kerajinan songket batu bara (studi kasus pada kelompok kerajinan songket kenanga indah kecamatan talawi kabupaten batu bara), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kerajinan songket. bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,556 atau sebesar 55,6%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Berpengaruh Terhadap Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan sebesar 55,6% sisanya sebesar 44,4% dijelaskan faktor lainnya.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

ABSTRAC

This research was conducted to determine the effect of product quality, price, promotion and service quality on consumer loyalty to the Songket Batu Bara craft (case study in the Songket Kenanga Indah handicraft group Talawi District, Batu Bara District).

*The results of the study of multiple linear regression analysis $Y = -3,881 + 0,367 X_1 + 0,728 X_2 - 0,107 X_3 + 0,268 X_4 + e$. From the results of the F Test, obtained Fcount of 21.716 with a significant value of 0,000. While the F Test results, obtained Fcount of 28.815 with a significant value of 0.000. While Ftable is 2.48 with α 0.05. Based on these results it can be concluded that Product Quality, Price, Promotion and Service Quality simultaneously affect the Consumer Loyalty of Coal Songket Crafts (case study in the Kenanga Indah Songket Crafts group Talawi District of Batu Bara District), because Fcount > Ftable ($28,815 > 2,48$) research significance > 0.05 ($0.000 > 0.05$). This means that the research results reject H_0 and accept H_a . From the results of the t test (partial) product quality, price, service quality affect consumer loyalty to coal songket crafts (case study in the beautiful kenanga songket handicraft group talawi district of coal regency), it can be concluded that H_0 was rejected and H_a was accepted. While promotion does not affect the loyalty of songket handicraft consumers. The adjusted determination coefficient (*Adjusted R Square*) is 0.556 or 55.6%. This shows that consumer loyalty has an effect on product quality, price, promotion and service quality by the remaining 55.6%, which is 44.4%, explained by other factors.*

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

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis/dunia usaha dalam beberapa tahun terakhir ini ternyata sudah fenomenal, khususnya di Indonesia. Keadaan ini mengharuskan setiap pembisnis/dunia usaha melakukan berbagai strategi agar dapat merebut hati konsumen. Pembisnis/dunia usaha harus mempunyai strategi yang tepat dalam menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Ketika minat berbelanja sudah muncul, kepuasan pelanggan memiliki peranan yang cukup penting bagi perusahaan. Meski produk yang ditawarkan komplit dan bervariasi, namun ketika konsumen tidak merasa puas dengan kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas yang ditawarkan maka konsumen akan beralih kepada pesaing lain.

Kain songket merupakan sebuah kreatifitas budaya lokal di Kabupaten ini, kain songket di Batu Bara memiliki ciri khas tersendiri, hal ini dapat dilihat dari proses pembuatannya. Untuk proses pembuatan kain songket ini masih menggunakan alat tenun dari kayu dengan cara Tradisional. Berdasarkan uraian di atas peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kerajinan Songket Batu Bara dengan Studi Kasus Pada Kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yang dilakukan oleh kelompok kerajinan songket kenanga indah kecamatan talawi Kabupaten Batu Bara. Dilakukan pada bulan Januari sampai mei 2019.

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang untuk membeli di Kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah pada bulan agustus sampai dengan desember 2018 adalah sebanyak 90 konsumen. Sampel

dalam penelitian adalah sampel jenuh berjumlah sebanyak 90 konsumen.

2.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder sebagai berikut :

1. Data primer yaitu, diperoleh langsung dengan memberikan daftar pertanyaan kepada konsumen yang datang ke kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara.
2. Data Sekunder, yaitu diperoleh melalui dokumen-dokumen pada pengelola Kerajinan Songket kenanga Indah Kecamatan Talawi .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian dan Pembahasan Analisis statistik deskriptif

3.1.1. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 3.1

Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|---------------|----------------|----------------|
| 1 | Perempuan | 49 | 54.4 |
| 2 | Pria | 41 | 45.6 |
| | Jumlah | 90 | 100 |

Tabel menunjukkan Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin pria sebanyak 49 orang(54,4%) dan perempuan sebanyak 41 orang (45,6%).berdasarkan jenis kelamin diatas jumlah perempuan lebih dominan dibandingkan pria. Karena kain songket lebih digemari oleh perempuan.

3.1.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Tabel 3.2

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

| No | Usia | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|-----------|----------------|----------------|
| 1 | 16 s.d 25 | 58 | 64.4 |
| 2 | 26 s.d 32 | 18 | 20.0 |
| 3 | 33 s.d 39 | 9 | 10.0 |

| | | | |
|---|--------|----|-------|
| 4 | >40 | 5 | 5.6 |
| | Jumlah | 90 | 100.0 |

Tabel menunjukkan Karakteristik Responden berdasarkan usia adalah 16- 25 tahun adalah sebanyak 58 orang(64,4%), usia 26-32 tahun adalah sebanyak 18 orang (20%), usia 33-39 tahun adalah sebanyak 9 orang (10%) dan usia >40 tahun adalah sebanyak 5 orang (5,6%).Berdasarkan usia responden diatas memberikan gambaran bahwa usai 16-25 tahun lebih banyak menjadi responden, Karena peminat kain songket lebih disenangi oleh kaum muda.

3.1.3.Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 3.3
Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

| No | Pendidikan Terakhir | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|---------------------|----------------|----------------|
| 1 | SMP | 6 | 6.7 |
| 2 | SMA/SMK | 67 | 74.4 |
| 3 | DIII | 6 | 6.7 |
| 4 | SI | 11 | 12.2 |
| | Jumlah | 90 | 100 |

Tabel menunjukkan Karakteristik Responden berdasarkan pendidikan terakhirSMP adalah sebanyak 6 orang (6,7%), SMA/SMK adalah sebanyak 67

orang (74,4%), DIII adalah sebanyak 6 orang (6,7%) dan SI adalah sebanyak 11 orang (12,2%).Berdasarkan pendidikan terakhir pada umumnya responden berpendidikan SMA/SMK.

3.1.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3.4
Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

| No | Pekerjaan | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|----|--------------------|----------------|----------------|
| 1 | Pegawai Negeri | 11 | 12.2 |
| 2 | Pegawai Swasta | 26 | 28.9 |
| 3 | Wiraswasta | 41 | 45.6 |
| 4 | Mahasiswa/ Pelajar | 12 | 13.3 |
| | Jumlah | 90 | 100.0 |

Tabel menunjukkan Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan Pegawai Negeri adalah sebanyak 11orang (12,2%), Pegawai Swasta adalah sebanyak 26 orang (28,9%), Wiraswasta adalah sebanyak 41 orang (45,6%) dan Mahasiswa/Pelajar adalah sebanyak 12 orang (13,3%).). Berdasarkan pekerjaan diatas menunjukan bahwa responden lebih dominan bekerja sebagai pegawai swast.

3.2 Hasil Uji Regresi

Tabel 3.5
Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| | B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | -3.881 | 2.287 | |
| Kualitas produk | .367 | .083 | .357 |
| 1 Harga | .728 | .088 | .586 |
| Promosi | -.107 | .126 | -.062 |
| Kualitas pelayanan | .268 | .120 | .181 |

a. Dependent Variable: loyalitas konsumen
 $Y = -3,881 + 0,367 X_1 + 0,728 X_2 - 0,107 X_3 + 0,268 X_4 + e$

Dari persamaan Regresi Linear Berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar -3,881, menyatakan bahwa tanpa adanya perubahan/ pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) dan Kualitas pelayanan (X_4) maka

besarnya nilai loyalitas konsumen tetap sebesar -3,881.

b. Koefisien regresi $X_1 = 0,367$ artinya apabila terjadi perubahan kualitas produk sebesar satu satuan maka loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 0,367.

c. Koefisien regresi $X_2 = 0,728$ artinya apabila terjadi perubahan Harga

- sebesar satu satuan maka loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 0,728.
- d. Koefisien regresi $X_3 = -0,107$ artinya apabila terjadi perubahan promosi sebesar satu satuan maka loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 0,107.
- e. Koefisien regresi $X_3 = 0,268$ artinya apabila terjadi perubahan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka

loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 0,268.

3.2.1. Pengujian Hipotesis

A. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji F_{hitung} (Uji Simultan) dilakukan untuk melihat secara bersama-sama pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3) dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Konsumen (Y).

Tabel 3.6
Hasil Uji-F ANOVA

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | |
|-------|----------------|---------|-------------|--------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 102.967 | 4 | 25.742 | 28.815 | .000 ^b |
| | Residual | 75.933 | 85 | .893 | | |
| | Total | 178.900 | 89 | | | |

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan

Dari hasil Uji F, diperoleh F_{hitung} sebesar 28,815 dengan nilai signifikan 0,000. Sedangkan F_{tabel} sebesar 2,48 dengan α 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan Terhadap Terhadap Loyalitas Konsumen Kerajinan Songket BatuBara (studi kasus pada kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara), karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($28,815 > 2,48$) signifikan penelitian $> 0,05$ ($0,000 > 0,05$). Hal ini berarti bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_a .

B. Pengujian Parsial (Uji-t)

Hasil pengujian Hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut:

Tabel 3.7
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

| Model | T | Sig. | |
|------------|--------------------|-------|------|
| (Constant) | -1.697 | .093 | |
| 1 | Kualitas produk | 4.436 | .000 |
| | Harga | 8.262 | .000 |
| | Promosi | -.852 | .397 |
| | Kualitas pelayanan | 2.240 | .028 |

Tabel di atas menjelaskan bahwa hasil uji parsial masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Nilai t hitung Kualitas produk(4,436) lebih besar dibandingkan t tabel(1,98) atau nilai signifikan t untuk variabel Kualitas produk Produk (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Berarti Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Terhadap Loyalitas Konsumen Kerajinan Songket BatuBara (studi kasus pada kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara), dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Nilai t hitung Harga (8,262) lebih besar dibandingkan t tabel(1,98) atau nilai signifikan t untuk variabel Harga (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Berarti Harga berpengaruh secara parsial terhadap Terhadap Loyalitas Konsumen Kerajinan Songket BatuBara (studi kasus pada kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara), dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.
3. Nilai t hitung Promosi (-852) lebih kecil dibandingkan t tabel(1,98) atau

nilai signifikan t untuk variabel Kepercayaan (0,397) lebih besar dari α (0,05). Berarti Promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap Terhadap Loyalitas Konsumen Kerajinan Songket BatuBara (studi kasus pada kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara), dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima.

4. Nilai t hitung Kualitas Pelayanan (2,240) lebih besar dibandingkan t_{tabel}

(1,98) atau nilai signifikan t untuk variabel Kualitas Pelayanan (0,28) lebih kecil dari α (0,05). Berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Terhadap Loyalitas Konsumen Kerajinan Songket BatuBara (studi kasus pada kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara), dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

C. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3.8

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .759 ^a | .576 | .556 | .94516 |

A. Predictors: (constant), kualitas pelayanan, harga, promosi, kualitas

B. Dependent variable: loyalitas konsumen
Pada Tabel menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,556 atau sebesar 55,6%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Berpengaruh Terhadap Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan sebesar 55,6% sisanya sebesar 44,4% dijelaskan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

- Dari hasil Uji F, diperoleh F_{hitung} sebesar 28,815 dengan nilai signifikan 0,000. Sedangkan F_{tabel} sebesar 2,48 dengan α 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan Terhadap Terhadap Loyalitas Konsumen Kerajinan Songket BatuBara (studi kasus pada kelompok Kerajinan Songket Kenanga Indah Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara), karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (28,815 > 2,48) signifikan penelitian > 0,05 (0,000 > 0,05). Hal ini berarti bahwa

hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_a .

- Dari hasil uji t (parsial) kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kerajinan songket batu bara (studi kasus pada kelompok kerajinan songket kenanga indah kecamatan talawi kabupaten batu bara), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kerajinan songket .
- bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,556 atau sebesar 55,6%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Berpengaruh Terhadap Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan sebesar 55,6% sisanya sebesar 44,4% dijelaskan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2. Saran

Penulis juga bermaksud memberikan saran yang berkaitan dengan dengan penelitian ini semoga kedepannya ada pengembangan dari penelitian ini menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan ke delapan, Alfabeta, Bandung, Alih Bahasa Budianto jilid I, Bina Rupa Aksara, Jakarta 2005.
- Griffin, Jil. Customer loyalty : *Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan Pelanggan*,: Penerbit Erlangga, Jakarta 2005.
- Jafar, Farida, *M.E.Manajemen Jasa*. Ghalia Indonesia Bogor, Kelompok Gramedia, Bogor, 2005
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Marketing Management*, Edisi Pertama, Penerjemah : David Octarevia, Salemba Empat, Jakarta.; 2001.
- _____. *Manajemen Pemasaran* , Edisi Millenium, Diterjemahkan : Benyamin Molan, Prenhallindo, Jakarta : 2008
- _____, Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta : 2003.
- _____, Keller Kevin Lane. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta: 2003.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*: Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Mc. Cahrty, Jerome, E. Dan William D. Perreault, Jr. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kelima. Ahli Bahasa: Agus Dharma. Penerbit Erlangga. Jakarta: 2003.
- Swastha Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta., 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta, Bandung, 2008.
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta, Bandung, 2010
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Andi, Yogyakarta. 2002