



JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI

P-ISSN 2339-0603

E-ISSN 3032-7660

E-mail: analisa.journal@untag-banyuwangi.ac.id

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN CITA RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Cafe Siji Roso Alasmalang Banyuwangi)

Dio Ekky Hardiyanti

Program Studi Manajemen

Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

*Email: dioekky12@gmail.com

Abstract: *In the business world, decisions about product purchases are an Customer loyalty is a behavior associated with the brand of a product. Customer loyalty has an important role in a company, retaining them means improving financial performance and maintaining company viability, this is the main reason for a company to attract and retain them. The purpose of this study was to determine the effect of price, service quality and taste on customer loyalty at the cafe siji roso Alasmalang Banyuwangi. This study uses a questionnaire method and data processing using analysis of validity, reliability and multiple linear regression. Questionnaires were distributed to 130 people who were consumers of Siji Roso Café. The results showed that the results of $F_{\text{arithmetic}} > F_{\text{table}}$ ($114.898 > 2.68$) meant that simultaneously price, service quality and taste had a significant effect on customer loyalty. And partially (t test) the results obtained $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$, meaning that there is an influence between the variables of price, service quality and taste on customer loyalty. Based on the Adjusted R Square value of 0.49, it means that the independent variable can explain the dependent variable of 72.6% and the remaining 27.4% is influenced by other factors outside the research model*

Article History

-

Keywords

Price, Service Quality,
Taste, Loyalty

INTRODUCTION

Perkembangan bisnis kuliner mengalami perkembangan sangat ketat dan kompetitif, baik perusahaan skala kecil maupun besar. Industri sektor makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Namun demikian, industri makanan ini sempat beberapa tahun mengalami trend menurun walaupun tidak terlalu besar (Data Badan Pusat Statistik, 2011).

Menurut Kotler & Keller (Laely, 2016) loyalitas pelanggan seringkali dikaitkan dengan perilaku konsumen dengan merek sebuah produk, termasuk didalamnya semua aspek yang dapat mendukung citra positif dari sebuah merek. Dalam mempertahankan kinerja dan kelangsungan

sebuah perusahaan, maka loyalitas pelanggan perlu mendapatkan perhatian yang serius. Jika produk tidak sesuai harapan konsumen, dapat berdampak berhentinya pelanggan menggunakan produk dan juga mempengaruhi citra perusahaan.

Menurut Marius (Laely, 2016) mendefinisikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang diberikan kepada penjual untuk memperoleh suatu produk. Harga memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, jika penetapan harga terlalu tinggi, konsumen akan beralih pada produk pesaing. Harga seringkali dijadikan patokan bagi pelanggan untuk memutuskan membeli atau tidak. Penetapan harga haruslah dilakukan dengan hati-hati dengan menggunakan strategi yang matang, sehingga harga yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen secara proporsional. Membeli atau tidaknya tergantung dari seberapa besar harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Kualitas pelayanan menurut Kotler (Defiana, dkk, 2017) kualitas pelayanan merupakan aktivitas yang dapat ditawarkan perusahaan kepada konsumen, Untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas maka perusahaan perlu membina hubungan yang baik dengan konsumen. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas, sebaliknya jika harapannya tidak sesuai dengan kenyataan maka konsumen tidak puas.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Cafe Siji Roso Alasmalang Banyuwangi, yang beralamatkan Jl. Banyuwangi, Karangasem, Alasmalang, kabupatn Banyuwangi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang datang berkunjung di cafe Siji Roso Alasmaang Banyuwangi. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan jumlah sampel sebanyak 10 x jumlah indikator yaitu 13, sehingga didapatkan jumlah sampel sejumlah 180 responden yang merupakan konsumen yang datang dan membeli produk yang ada di Cafe Siji Roso Alasmalang Banyuwangi.

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner. Dalam kuisoner ini digunakan skala likert 1-5. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan media sosial *marketing* sebagai variabel independen, keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

- 1) Harga (X_1)
Indikatornya:
 - a) Keterjangkauan harga
 - b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - c) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 2) Kualitas pelayanan (X_2)
Indikatornya :
 - a) Keandalan (*Reliability*)
 - b) Daya Tangkap (*Rensponsiveness*)
 - c) Jaminan (*Assurance*)
 - d) Bukti Nyata (*Tangibles*)
- 3) Cita Rasa (X_3)
Indikatornya:
 - a) Aroma
 - b) Rasa
 - c) Tekstur
 - d) Koneksi

4) Loyalitas pelanggan (Y)

Indikatornya

- a) Melakukan pembelian secara teratur
- b) Membeli lini produk/jasa
- c) Merekomendasikan ke orang lain

HASIL PENELITIAN

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur. Valid tidaknya suatu instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment Pearson* dengan level signifikansi 5% dengan nilai kritisnya. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument dapat dikatakan valid.

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk menguji Reliabilitas digunakan *Alpha Cronbach*. Instrumen dapat dikatakan andal atau reliabel bila memiliki nilai koefisien keandalan sebesar 0,60 atau lebih. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diketahui bahwa semua variabel menghasilkan nilai Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga dapat diartikan bahwa semua item pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependent). Besarnya pengaruh variabel tersebut secara bersama-sama dapat dihitung melalui persamaan regresi linier berganda.

Uji Regresi Linier Berganda**Tabel 1 Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	3,315	,606	5,469	,000
	Harga	-,147	,072	-2,057	,042
	K. Pelayan	,429	,074	5,775	,000
	Cita rasa	,345	,092	3,744	,000

Sumber: Data diolah

Model regresi berdasarkan hasil analisis diatas adalah

$$\hat{Y} = 3,315 - 0,147 X_1 + 0,429 X_2 + 0,345 X_3.$$

Model regresi tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

$\beta_0 = 3,315$, artinya titik potong garis regresi dengan sumbu tegak..

$\beta_1 = -0,147$ artinya jika variabel harga (X_1) naik 1 skor akan menurunkan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,147

$\beta_2 = 0,429$ artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_2) naik 1 skor akan meningkatkan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,429.

$\beta_3 = 0,345$ artinya jika variabel cita rasa (X_3) naik 1 skor akan meningkatkan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,345.

.

Uji F

Tabel 2 Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	df	F	Sig.
1	Regression	164,426	3	114,898	,000 ^b
	Residual	60,104	126		
	Total	224,531	129		

Berdasarkan uji F didapat hasil F hitung > F tabel ($114,898 > 2,68$) artinya bahwa secara simultan harga, kualitas pelayanan, dan cita rasa berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas (Y).

Uji t

Tabel 3 Hasil Uji t

		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
Model		B	Std. Error		
1	(Constant)	3,315	,606	5,469	,000
	Harga	-,147	,072	-2,057	,042
	K. Pelayan	,429	,074	5,775	,000
	Cita rasa	,345	,092	3,744	,000

Ada pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan cita rasa secara parsial terhadap loyalitas pelanggan nilai signifikan $< \alpha$ (0,05). Dan variabel yang paling dominan adalah kualitas pelayanan, karena nilai thitungnya paling besar (5,775).

Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,656 ^a	,732	,726

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,726 atau 72,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 72,6% dan sisanya 27,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model

Uji asumsi klasik

- 1) Didapatkan variabel independen nilai VIF < 10 adalah non multikolinearitas
- 2) Didapatkan hasil bahwa seluruh variabel independen tidak mengalami heteroskedastisitas, karena sig. $> 0,05$.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa harga, kualitas pelayanan dan cita rasa mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil pembahasan dan analisa, beberapa saran diantaranya Kualitas pelayanan perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan karena kualitas pelayanan termasuk dalam kategori variabel yang paling `dominan. Perlunya peningkatan

kualitas pelayanan kepada konsumen karena hal ini sesuai dengan salah satu misi dari cafe Siji Roso Alasmalang yaitu memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

REFERENCES

- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGerindo.
- Laely, N. 2016. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Tekonsel di Kota Kediri. Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 61-74.
- Lane Keller Kevin, P. &. 2014. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Kencana: Jakarta.
- Iswahyudi, M., & Iqbal, A. (2018). Minat Generasi Milenial untuk Berwirausaha. *ASSETS Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 7(2), 95–104.
- Jannah, B. N., & Atmadjaja, Y. V. I. (2022). Analisis Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Ritel dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening di Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bei Periode 2017-2018. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 9866-9874
- Pravita, F., Ferawati, I. W., & Iqbal, A. (2022). Pengaruh Tax expert, Intensitas Persediaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Tax avoidance. *InFestasi*, 18(2), 115-123.
- Pratiwi, M. R., Atmadjaja, Y. V. I., & Ferawati, I. W. (2023). Prediction Analysis of Company Bangkrutcy Using Comparison of the Altman Method (Z-score) and Grover Method (G-score) as an Early Warning System in Pharmaceutical Subsector Companies. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(2), 486-498.
- Sari, M. L., Atmadjaja, Y. V. I., & Ferawati, I. W. (2022). Analysis of Share Investment Decision Making Using The Capital Asset Pricing Model (CAPM) Method in Companies Registered In IDX30 2018-2021 Period. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 184-193.
- Ambarini, E. F., & Mispiyanti, M. (2020). Pengaruh Budget Emphasis, Self Esteem, dan Partisipasi Anggaran Terhadap Budgetary Slack Pada OPD Pemerintah Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(1), 1–9. <http://doi.org/10.32639/jimmba.v2i1.434>
- Farida, W. M., Iqbal, A., & Iswahyudi, M. (2024). Mapping Sustainable Development Goals (SDGs) Research Landscape in Indonesia : A Bibliometric Analysis. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 12(2), 162–178.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analysis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23* (Vol. (Viii)).
- Hapsari, I. (2014). Interaksi Informasi Asimetri, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi terhadap Hubungan antara Partisipasi Anggaran dengan Budgetary Slack.
- Iswahyudi, M. (2022). Zmijewski , Taffler , Springate dan Grover Model : Analisis Model Prediksi Kebangkrutan. *Ekuitas : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 129–137.
- Iswahyudi, M., & Baridwan, Z. (2019). ATTITUDE OF VILLAGE GOVERNMENT TO USE E-VILLAGE BUDGETING (EVB) IN COMPILATION OF ADD : AN INTEGRATION OF DECOMPOSEED THEORY PLANNED BEHAVIOR AND RISK. *International Journal of Social and Local Economic Governance (IJLEG)*, 5(1), 49–56.

- Iswahyudi, M., & Iqbal, A. (2018). Minat Generasi Milenial untuk Berwirausaha. *ASSETS Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 7(2), 95–104.
- Iswahyudi, M., Rosidi, & Zaki, B. (2017). Determinan Sikap Pemerintah Desa dalam Menggunakan Sistem E-Village Budgeting, 3(2), 90–98.
- Iswahyudi, M., & Saputra, P. E. (2020). Sebuah Analisa Fraud Triangle “Determinan Fraud Laporan Keuangan Perusahaan Plat Merah .” *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Akuntansi*, 8(4), 1101–1109.
- Kusniawati, H., & Lahaya, I. A. (2018). Pengaruh Partisipasi Anggaran, Penekanan Anggaran, Asimetri Informasi terhadap Budgetary Slack pada SKPD Kota Samarinda. *AKUNTABEL*, 14(2).
- Masruroh, N. (2019). Pengaruh Penekanan Anggaran , Kapasitas Individu , Group Cohesiveness , Partisipasi Anggaran , Asimetri Informasi Terhadap (Studi Empiris Pada Opd Kabupaten Magelang). *Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Melasari, R., & Nisa, F. Y. (2020). Pengaruh Penekanan Anggaran, Asimetri Informasi dan Reputasi Terhadap Senjangan Anggaran Pada SKPD Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 37–46.
- Ningsih, S., & Indira, D. S. (2020). Budgetary participation effect, budget emphasis, and information asymmetry on budgetary slack. *Opcion*, 36(Special Edition 27), 882–897.
- Siswiraningtyas, A. N., & Indrawati Yuhertiana. (2021). Pengaruh Partisipasi Anggaran, Kejelasan Anggaran, Komitmen Organisasi Terhadap Senjangan Anggaran. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 113–122. <http://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.379>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Wibawa Putri, N. P. A., & Asri Dwija Putri, I. G. A. M. (2019). Pengaruh Kejelasan Sasaran Anggaran dan Budget Emphasis Terhadap Senjangan Anggaran pada OPD Kabupaten Badung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6, 651. <http://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i06.p06>
- Andayani, W., Putrianti, E., Wisdaningrum, O., Putranto, P., & Yanuarisa, Y. (2024). Penguatan Good Governance: Pengalaman Penerapan Electronic Government Pemerintah Daerah Di Indonesia. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 116-131.
- Rachman, A., & Wisdaningrum, O. (2023). CAPITAL EXPENDITURE, GROWTH OPPORTUNITY, DAN NET WORKING CAPITAL: KAJIAN PADA CASH HOLDING. *JURNAL AKUNIDA*, 9(2), 107-117.
- Wisdaningrum, O., Iqbal, A., & Iswahyudi, M. (2022). Strategi Pengembangan Wisata Konservasi Mangrove Dan Edukasi Di Desa Pondoknongko Kec. Kabat Kab. Banyuwangi. *Journal of Aquaculture Science*, 7(2).