

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pancake Durian Holland di Medan Martubung

Septelina Purba

Prodi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indoensia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Dec 2, 2025
Revised Dec 25, 2025
Accepted Jan 11, 2026

Keywords:

Kualitas Produk
Kualitas Pelayanan
Loyalitas Konsumen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Usaha Pancake Durian Holland. Metode sampel menggunakan Teknik Purposive dengan jumlah sampel sebanyak 104 orang. Menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya observasi, wawancara, dan angket atau kuesioner. Dan menggunakan teknik analisis data uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji t, uji f, serta koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS *Statistics 27.0 For Windows*. Dari hasil analisis yang telah dilakukan Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Pancake Durian Holland Medan Martubung.

This is an open access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Septelina Purba
Prodi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
Jl. William Iskandar, Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang
Email: septelinapurba20@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh perkembangan sektor industri. Ekonomi Indonesia secara keseluruhan termasuk Sumatera Utara didorong oleh industri manufaktur. Berawal dari Indonesia, pancake durian telah menjadi salah satu jenis makanan durian yang lebih baru dalam beberapa tahun terakhir. Sekarang banyak orang menyukainya, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta dan Medan. Pancake durian adalah jenis durian modern yang menggabungkan *cream* dan kulit tipis yang lembut serta daging durian asli yang *creamy*, manis, dan beraroma khas. Kulit pancake yang lembut menambahkan tekstur, membuat isian durian yang lumer dan krim yang gurih dan kulit pancake yang empuk bekerja sama dengan baik (Aroma Medan, 2024). Pancake Durian Holland Medan Martubung adalah salah satu Usaha yang Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dimana usaha tersebut digerakkan oleh industri rumahan, Pancake Durian Holland Medan Martubung memproduksi pancake durian mini dan pancake durian roll.

Loyalitas konsumen adalah sebuah keputusan yang dibuat oleh konsumen dengan komitmen untuk berlangganan dengan perusahaan dalam jangka waktu yang lama, konsumen akan loyal apabila merasa nilai atau kualitas yang diberikan lebih baik dari perusahaan lain (Lauren dalam Warsaningsih, 2017). Loyalitas adalah hasil dari kepuasan konsumen terhadap perusahaan dan sikap konsumen yang menguntungkan penjual, yang menghasilkan pembelian ulang. Loyalitas juga merupakan efek dari kepuasan konsumen terhadap perusahaan, karena ada persaingan penjualan tinggi. Konsumen yang loyal akan merekomendasikan Perusahaan kepada teman dan keluarga mereka untuk membeli juga (Zulfiana et al., 2024).

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Pancake Durian Holland. Setelah peneliti menyebarkan kuesioner di peroleh data frekuensi pembelian di Pancake Durian Holland sebanyak 19 konsumen atau 63,3% memilih >3 melakukan pembelian ulang. Kemudian sebanyak 11 konsumen atau 36,6% menyatakan <3 melakukan pembelian ulang di Pancake Durian Holland. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen Pancake Durian Holland sedang mengalami masalah. Data tersebut di dukung dengan data penjualan yang di di bawah ini.

1. Mei	1.100 Pcs
2. Juni	987 Pcs
3. Juli	865 Pcs
4. Agustus	1.145 Pcs
5. September	884 Pcs
6. Oktober	880 Pcs
7. November	875 Pcs
8. Desember	1.150 Pcs
9. Januari	1.158 Pcs
10. Februari	978 Pcs
11. Maret	900 Pcs
12. April	858 Pcs

Berdasarkan data di atas diperoleh data penjualan bulan mei-juli penjualan mengalami penurunan, di bulan agustus penjualan naik, kemudian pada bulan september-november penjualan mengalami penurunan kembali, pada bulan desember-januari penjualan naik secara drastis, setelahnya mengalami penurunan yang signifikan di bulan february-april. Penjualan yang menurun dipengaruhi oleh beberapa hal dan salah satunya adalah karena menurunnya konsumen yang loyal pada perusahaan(Nurhanah et al., 2019). Dapat disimpulkan bahwa laporan penjualan pada Pancake Durian Holland mengalami kenaikan dan penurunan dan hal ini berkaitan dengan loyalitas konsumen pada Pancake Durian Holland yang sedang mengalami permasalahan.

Faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk (Ramadhan et al., 2023). Kualitas produk adalah rasa ingin calon konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli barang dan jasa yang mempunyai yang memiliki kualitas yang bagus dan sesuai dengan harapan atau ekspektasi dari konsumen (Aghitsni & Busyra, 2022). Produk memiliki peranan yang penting dalam menjalankan kinerja perusahaan, karena usaha tidak akan berjalan apabila tidak ada produk, oleh sebab itu pembuatan produk harus bisa menyesuaikan minat pasar serta selera dari konsumen (Suri & Nasution, 2017).

Produk yang dihasilkan memiliki ketebalan tepung dan cream yang lebih dominan daripada isian nya (durian). Hal ini menjadi sebuah permasalahan, karena rasa dari durian menjadi tidak dominan dan duriannya tidak banyak. . Kemudian peneliti menyebarkan pra survei yang berisi kuesioner tentang kualitas produk kepada 30 responden dengan pernyataan pertama yaitu "Isian durian di dalam Pancake Durian Holland Medan Martubung sangat tebal" memiliki angka persentase sebanyak 26,7% responden setuju dan sebanyak 73,3% responden menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa konsumen merasa isian durian dalam produk Pancake Durian Holland yang disajikan Pancake Durian Holland tidak tebal, karena tepung dan *cream* yang lebih banyak dibandingkan dengan durian di dalamnya. Sehingga tidak menonjolkan cita rasa dari durian. Pernyataan kedua "Saya merasa produk Pancake Durian Holland Medan Martubung saat dikonsumsi masih terasa *fresh* atau segar" memiliki angka persentase sebanyak 76,7% menyatakan tidak setuju, kemudian 23,3% menjawab setuju. Dapat disimpulkan bahwa konsumen sudah merasa tidak puas dengan kesegaran produk Pancake Durian Holland Medan Martubung.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan yang merupakan usaha untuk memenuhi produk atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen dan cara penyampaiannya yang tepat, agar dapat mencapai harapan dan kepuasan pelanggan. Salah satu elemen yang mempengaruhi keberhasilan dan kualitas sebuah perusahaan adalah kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya (Tjiptono. 2007). Kualitas layanan yang baik tidak hanya terkait dengan seberapa cepat, tetapi juga seberapa baik pelayanan tersebut dapat sesuai dengan harapan konsumen, mulai dari sikap ramah pegawai hingga

kemampuan mereka dalam menangani keluhan. Kualitas layanan bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen agar mereka merasa mendapatkan lebih dari apa yang mereka harapkan. Selain itu, kualitas pelayanan juga memiliki peranan penting dalam membangun kesetiaan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif adalah beberapa faktor yang menyebabkan tingkat kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasakan penghargaan dan mendapatkan pelayanan yang baik, mereka cenderung lebih setia kepada suatu merek atau usaha (Fakhrana, 2020).

Dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti pada variabel Kualitas Pelayanan menggunakan 30 responden adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian pada produk Pancake Durian Holland, diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan mengalami permasalahan, didukung dengan banyaknya jawaban tidak setuju yang diberikan oleh responden. Seperti pada pernyataan pertama yaitu "Karyawan Pancake Durian Holland Medan Martubung cepat dan tanggap dalam melayani permintaan konsumen" memiliki angka persentase sebanyak 23,3% menjawab setuju dan 76,6% menjawab tidak setuju. Kemudian, pada pernyataan kedua dengan pernyataan "Karyawan Pancake Durian Holland Medan Martubung sangat bersikap ramah dalam melayani konsumen, 26,7% responden menjawab setuju dan 73,3% responden menjawab tidak setuju. Dari hasil pra survei yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa karyawan Pancake Durian Holland belum memberikan pelayanan yang tepat waktu dan Karyawan masih kurang bersikap ramah kepada konsumen.

Peneliti menemukan peneliti terdahulu dengan judul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Industri Kuliner (Cahyaningrum et al., 2024), ditemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Yum, 2023) dengan judul Analisis Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada E-commerce Lokal, ditemukan bahwa kualitas produk dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Industri Kuliner Lokal.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam mengukur dan menguji hubungan antara variabel independen atau bebas (kualitas produk dan kualitas pelayanan) serta pengaruhnya terhadap variabel dependen atau terikat (loyalitas konsumen) pada Pancake Durian Holland di Medan Martubung. Penelitian ini dilaksanakan di Pancake Durian Holland yang berlokasi di Jl. Kakap Raya Martubung Griya 2, Tangkahan, Kec. Medan Labuhan, Kota Medan, Sumatera Utara 2025. Dan penelitian ini dilaksanakan pada periode juni 2025 sampai dengan selesai. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Pancake Durian Holland di Medan Martubung dan jumlah sampel sebanyak 104 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

3. HASIL DAN DISKUSI

Gambaran Usaha Usaha Pancake Durian Holland

Usaha Pancake Durian Holland didirikan mulai dari tahun 2015. Sebagian besar bisnis yang baru diluncurkan biasanya dimulai dengan cara yang sederhana dari rumah. Usaha pancake durian dimulai dengan investasi kecil, peralatan yang minim, dan memanfaatkan permintaan dari sekitar. Pesanan awal umumnya berasal dari keluarga, tetangga atau teman-teman karena rasanya yang khas, lembut, dan beberapa dari Durian Medan, produk ini cepat tersebar melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Lama-kelamaan, bisnis rumahan ini bertumbuh menjadi usaha yang resmi.

Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

No.	Nomor Kuesinoer	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1.	1	0.759	0,361	Valid
2.	2	0.735	0,361	Valid
3.	3	0.528	0,361	Valid

No.	Nomor Kuesinoer	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
4.	4	0,571	0,361	Valid
5.	5	0,631	0,361	Valid
6.	6	0,694	0,361	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas di atas dengan menggunakan 6 butir pernyataan pada variabel Kualitas Produk. Dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kualitas Produk adalah valid karena nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No.	Nomor Kuesinoer	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1.	1	0,596	0,361	Valid
2.	2	0,563	0,361	Valid
3.	3	0,735	0,361	Valid
4.	4	0,732	0,361	Valid
5.	5	0,837	0,361	Valid
6.	6	0,670	0,361	Valid
7.	7	0,880	0,361	Valid
8.	8	0,880	0,361	Valid
9.	9	0,787	0,361	Valid
10.	10	0,773	0,361	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan hasil olah data di atas diperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan 10 butir pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan. Sehingga dapat disimpulkan semua item pernyataan adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 3. Uji Validitas Loyalitas Konsumen

No.	Nomor Kuesinoer	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1.	1	0,584	0,361	Valid
2.	2	0,648	0,361	Valid
3.	3	0,619	0,361	Valid
4.	4	0,851	0,361	Valid
5.	5	0,622	0,361	Valid
6.	6	0,602	0,361	Valid
7.	7	0,706	0,361	Valid
8.	8	0,530	0,361	Valid
9.	9	0,523	0,361	Valid
10.	10	0,603	0,361	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan data tabel di atas menggambarkan bahwa semua butir pernyataan atas variabel Loyalitas Konsumen memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan semua item pernyataan adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Statistic	
	Cronbach's Alpa	N of Item
Kualitas Produk	0,720	6
Kualitas Pelayanan	0,913	10
Loyyalitas Konsumen	0,827	10

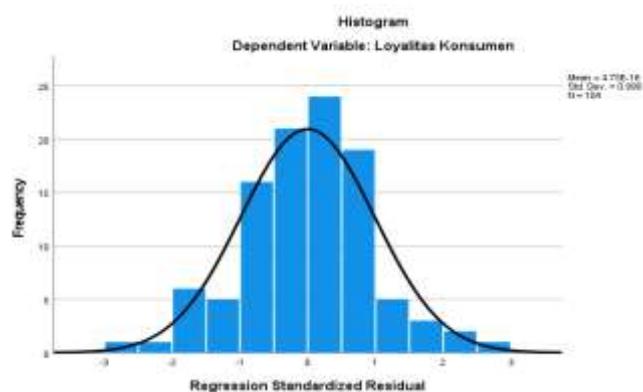
Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan pada tabel diatas nilai reliabilitas untuk variabel Kualitas Produk tercatat sebesar 0,720. Kualitas Pelayanan sebesar 0,913, dan Loyalitas Konsumen sebesar 0,827/. Seluruh nilai tersebut diperoleh melalui perhitungan *Cronbach's Alpha* dan menunjukkan angka lebih tinggi 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini bersifat reliabel.

Uji Asumsi Klasik

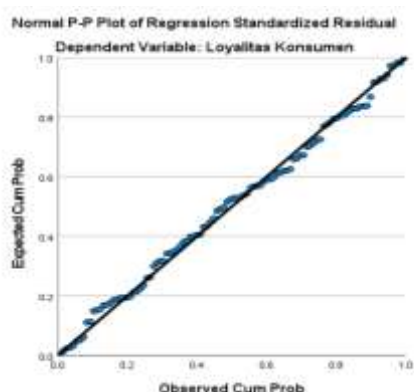
1) Uji Normalitas

Dalam pengujian ini, peneliti menyajikan hasil uji normalitas dengan cara histogram yang di tampilkan pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Histogram

Berdasarkan gambar histogram di atas ditemukan bahwa data berdistribusi secara normal karena grafik histogram test menunjukkan gambar berbentuk lonceng (*belt shaped*) dan tidak melenceng ke kanan maupun ke kiri, dan semua batang variabelnya berada didalam histogram



Gambar 2. P-Plot Test

Grafik P-plot *test* memiliki fungsi untuk mengevaluasi normalitas data. Data dapat disimpulkan berdistribusi secara normal apabila titik-titik pada grafik tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola arah garis tersebut. Berdasarkan gambar grafik P-plot *test* di atas maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Penelitian ini menerapkan uji *kolmogrov-smornov* dengan level signifikan 5% atau 0,05, di mana data dikategorikan normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Hasil uji *kolmograv-smornov* disajikan dalam tabeli berikut ini:

Tabel 5. Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.16808230
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.051

Test Statistic			.053
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.673
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.661
		Upper Bound	.685
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0.200, dalam uji kolmogorov smirnov data dapat disimpulkan berdistribusi secara normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0.05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal karena nilai signifikan sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan memeriksa nilai Tolerance dan Varian Inflation Factor (VIP) apabila nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 atau $>0,1$ dan nilai VIP tidak boleh melebihi 10 atau <10 , maka multikolinieritas dengan memiliki adanya hubungan yang sempurna dengan variabel independent.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.303	1.563		3.394	.001		
	Kualitas Produk	.020	.100	.013	.196	.845	.440	2.272
	Kualitas Pelayanan	.874	.065	.903	13.417	.000	.440	2.272

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

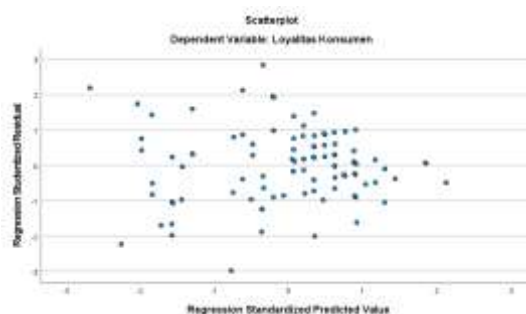
Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai VIF pada variabel Kualitas Produk adalah sebesar $2.272 < 10$, dan nilai Tolerance $0,440 > 0,10$. Maka pada variabel Kualitas Produk tidak terjadi multikolinearitas.
2. Nilai VIF pada variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar $2.272 < 10$, dan nilai Tolerance $0,440 > 0,10$. Maka pada variabel Karakter Kewirausahaan tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastisitas dilaksanakan untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan varian residual antara satu tampilan dan tampilan lainnya dalam model regresi.



Gambar 3. Scatterplot

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa titik-titik data tersebar secara acak diatas dan dibawah garis nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung masalah heteroskedasitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang digunakan pada umumnya adalah:

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.303	1.563		3.394	.001
	Kualitas Produk	.230	.108	.293	2.183	.028
	Kualitas Pelayanan	.874	.065	.903	13.417	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh nilai konstanta (nilai α) adalah 5.303 dan nilai Kualitas Produk (nilai β) adalah 0,230, untuk Kualitas Pelayanan sebesar 0,874. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda diperoleh sebagai berikut:

$$\text{Loyalitas Konsumen (Y)} = 5.303 + 0,230X_1 + 0,874X_2$$

1. Konstanta sebesar 5.303 menunjukkan apabila variabel-variabel independen (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan) maka nilai dari Y (LoyalitasKkonsumen) adalah sebesar 5.303
2. Koefisien Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,230 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% dalam variabel X_1 akan menghasilkan peningkatan dari loyalitas konsumen sebesar 0,230 (23,0%) dan apabila setiap penurunan dari variabel X_1 sebesar 1% maka akan menghasilkan penurunan loyalitas konsumen sebesar 0,230 (23,0%)
3. Koefisien Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,874 menunjukkan bahwa apabila setiap terjadi peningkatan pada variabel X_2 sebesar 1%, maka loyalitas konsumen meningkat sebesar 0,874(87,4%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan pada variabel X_2 sebesar 1% maka loyalitas konsumen akan menurun sebesar 0,874 (87,4%).

Uji Hipotesis

1) Uji Parsial/ Uji T

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.303	1.563		3.394	.001
	Kualitas Produk	.230	.108	.293	2.183	.028
	Kualitas Pelayanan	.874	.065	.903	13.417	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel distribusi t menggunakan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan $n-k = 104-3 = 101$, dan diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,983.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai t_{hitung} 2,183 > 1,983 dan dengan taraf signifikansinya sebesar 0,028 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} > t_{tabel} yaitu 13,417 > 1,983 dan taraf signifikansinya sebesar 0.00 < 0,05. Jadi dapat disimpulkan secara parsial Kualitas

Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Maka H_0 di tolak dan H_a diterima.

2) Uji Simultan/Uji Statistik F

Ftabel diperoleh dengan rumus $df_1=k-1$ dan $df_2=n-k$, n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel dalam penelitian. Maka $df_1=3-1=2$, $df_2=104-3=101$ dan akan diperoleh nilai F tabel yaitu sebesar 3.09. Dan hasil dari uji F ditampilkan pada table dibawah ini:

Tabel 9. Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1						
Regression	4096.331	2	2048.165	200.104	.000 ^b	
Residual	1033.785	101	10.235			
Total	5130.115	103				

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk

Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 200.104 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $200.104 > 3,94$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3) Koefisiensi Determinasi

Hasil dari uji determinasi (R^2) ditampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.798	.794	3.199

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

Sumber: Olahan Data SPSS 27.0, 2025

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,798 yang artinya variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (independen) memiliki pengaruh terhadap variabel Loyalitas Konsumen (dependen) sebesar 79,8%, dan 20,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar variabel yang diteliti.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen di Usaha Pancake Durian Holland

Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat dilihat dari uji t, yang menampilkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,183 > 1,983$. Menurut analisis yang dilakukan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,028 yang menunjukkan bahwa kualitas produk berdampak positif terhadap loyalitas konsumen di usaha Pancake Durian Holland.

Koefisien regresi untuk Kualitas Produk ialah sebesar 0,230 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% dalam variabel X_1 akan menghasilkan peningkatan dari loyalitas konsumen sebesar 0,230 (23,0%) dan apabila setiap penurunan dari variabel X_1 sebesar 1% maka akan menghasilkan penurunan loyalitas konsumen sebesar 0,230 (23,0%).

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Febryanti et al., 2024) Penelitian Dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pasa Konsumen Dak Nalgae Tembalang Kota Semarang) mengatakan bahwa kualitas produk memiliki efek yang signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Usaha Pancake Durian Holland

Kualitas pelayanan (X2) secara persial pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini dapat dilihat dari uji t yang menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $13,417 > 1,983$. Dari analisis yang telah dilaksanakan, hasil uji t didapatkan nilai signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 0,00. Karena nilai signifikan $0,00 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Koefisien regresi untuk Kualitas pelayanan adalah 0,874. setiap terjadi peningkatan pada variabel X2 sebesar 1%, maka loyalitas konsumen meningkat sebesar 0,874(87,4%) atau sebaliknya. Hasil ini mengidentifikasikan bahwa semakin pelayanan yang di sediakan, semakin besar cenderung konsumen untuk loyal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kristanto, 2022) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bnadung" yang hasilnya berpengaruh positif dan signifikan

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Usaha Pnacake Durian hoalland Medan

Selain uji t, uji F juga yang dilakukan oleh peneliti untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan (Bersama-sama). Hasil uji F didapatkan nilai F hitung sebesar 200,104 yang mana $F_{hitung} > F_{tabel}$ 200,104 $> 3,94$. Selain itu juga, nilai signifikan yang diperoleh adalah 0,000 yang mana $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen kembali secara bersamaan (simultan). H_0 tidak diterima, dan H_a diterima

Koefisien Determinasi (R²)

Nilai dari uji Koefisien Determinasi (R^2) yang ditemukan dalam tabel Model Summary adalah 0,798. Angka ini mengindikasikan dampaj dari kedua variabel independent. Kualitas Produl dan Kualiras Pelayanan secara kolektif memengaruhi Loyalitas Konsumen sebesar 79,8%. Faktor faktor tambahan diluar variabel yang dianalisis dalam model regresi ini berkontribusi sebesar 20,2% (100% -79,8%).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian penelitian yang telah dilaksanakan mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan informasi, analisis, sampai pembahsana di bab-bab sebelumnya, dapat dinyatakan bahwa penelitian ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini Adalah: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terdapat loyalitas konsumen di usaha Pancake Durian Holland Holland Medan. Maka hipotesis pertama diterima; Kualitas Pelayanan juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Usaha Pancake Durian Holland di Medan Martubung. Dengan demikian hipotesi kedua diterima.; Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara keseluruhan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di usaha Pancake Durian Holland Di Medan Martubung. Maka hipotesis ketiga diterima.

REFERENSI

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Cahyaningrum, D., Miftanudin, A., Souisa, J., & Ekawati, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan, Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Pada Toko Pakaian Sinar Mulyo). *Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(2), 64–73.
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality, Products Quality, and The Price on Nano Store Consumers' Loyalty. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, 1(2), 59–69.
- Damayanti, N. A., & Sugiyanto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Pleu Baby. *ETNIK: Jurnal Ekonomi – Teknik*, 2(5), 452.
- Fakhrana, Z. (2020). Peran Kualitas Layanan dan Kepercayaan Dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 157.

- <https://doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p157-171>
- Febryanti, A. A., Hadi, S. P., & Listyorini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Dak Nalgae Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 30–39.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>
- Nurhanah, D., Budianto, A., & Toto. (2019). Pengaruh Customer Trust dan Customer Perceived terhadap Loyalitas Pelanggan (Suatu Studi pada Toko Rabbani Tasikmalaya). *Business Managament and Entrepreneurship Journal*, 1(2), 189–200.
- Queen, K. P., & Toton. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah. *Sinomics Journal Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi*.
- Ramadhan, I., Endang P, A., & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Sedaap Cup (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 738–747.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). CV. Alfabeta.
- Suri, A., & Nasution, M. Ol. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Penerbit Andi Offset.
- Zulfiana, Nujum, S., & Selong, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Shopee Di Kota Makassar Dengan Mediasi Repurchase Intention. *Economics and Digital Business ...*, 5(1), 325–338.