

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan

Bakso Gong Cak Gundul merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang usaha kuliner yang menyajikan berbagai jenis bakso yang berada di kota Pamekasan. Bakso Gong Cak Gundul ini didirikan oleh bapak Koespaeri dan ibu Hermiyati. Lokasi warung bakso ini berada di Jln. Bonorogo Buddagan Pamekasan.

Bakso Gong Cak Gundul ini sudah berdiri dari tahun 2014. Sebelum membuka warung bakso seperti sekarang ini, Bakso Gong Cak Gundul berjualan keliling dengan menggunakan gerobak. Namun, karena adanya respon cukup baik dari konsumen, kurang lebih dari 4 bulan mendorong pemilik usaha bakso ini yaitu bapak Koespaeri dan ibu Hermiyati untuk mengembangkan usahanya yaitu dengan membuka warung bakso. Warung bakso ini sudah memiliki izin usaha dan warung bakso ini tidak dikenakan bayar pajak.

Bakso Gong Cak Gundul banyak peminatnya, dimana cita rasa dari bakso sangat sesuai dengan selera konsumen. Sehingga tidak heran sampai sekarang ini Bakso Gong Cak Gundul semakin berkembang dan sudah dikenal banyak masyarakat dan sekarang tempat warung bakso ini semakin luas. Selain itu, tempat warung bakso ini, strategis dimana berada dipinggir jalan sehingga mudah untuk mempromosikan tempat warung bakso kepada masyarakat.

Pada awal membuka usaha bakso yang hanya dijalankan oleh bapak Koespaeri dan ibu Hermiyati, kini telah memperkerjakan 7 orang yang menjadi tenaga kerja di Bakso Gong Cak Gundul. Seiring semakin banyak peminat dari Bakso Gong Cak Gundul ini, mendorong bapak Koesperi sebagai pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya yaitu dengan membuka cabang di Blumbungan. Dimana membuka cabang bakso yang di Blumbungan ini pada tahun 2018.

Bakso Gong Cak Gundul ini menyediakan berbagai jenis menu bakso, yaitu diantaranya:

Tabel 4.1
Daftar Menu Bakso Gong Cak Gundul

Menu Utama	
Bakso Beranak	Rp. 20.000
Bakso Jumbo	Rp. 10.000
Bakso Urat	Rp. 10.000
Bakso Biasa	Rp. 7.000
Menu Tambahan	
Mie Ayam Jumbo	Rp. 14.000
Mie Ayam Tennis	Rp. 12.000
Mie Ayam Bakso	Rp. 9.000
Mie Ayam Biasa	Rp. 7.000
Minuman	
Jeruk Anget	Rp. 4.000
Es Jeruk	Rp. 4.000
Es The	Rp. 3.000
Teh Anget	Rp. 3.000

2. Deskripsi Data Penelitian, Responden dan Variabel

a. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan yaitu dengan menyebarkan kuesioner pada responden yaitu konsumen Bakso Gong Cak Gundul, dengan jumlah 100 konsumen yang membeli di Bakso Gong Cak Gundul. Penyebaran kuesioner ini dilakukan selama 2 minggu oleh peneliti karena untuk mencapai jumlah target responden yang harus didapat. Pengambilan sampel yang digunakan yaitu tehnik *accidental sampling* dengan metode *purposive sampling* artinya peneliti secara kebetulan memilih sampel kepada responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan peneliti.

Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan ouput SPSS 26. Pengumpulan data dengan kuesioner dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2

Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner yang disebar	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengambalian yang digunakan	100%

Sumber: data primer yang diolah , 2021

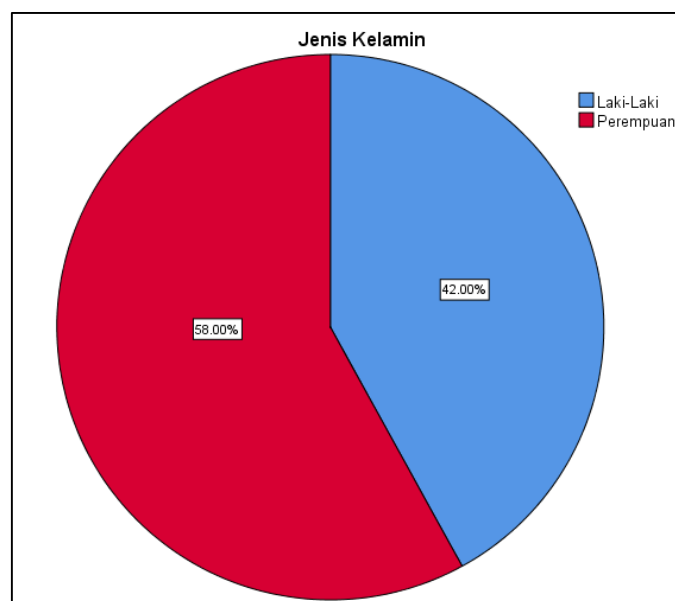
b. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden menjelaskan suatu keadaan dari responden mengenai informasi tambahan guna memahami hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik yaitu berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan usia.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin konsumen Bakso Gong Cak Gundul, dari 100 responden dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Jenis Kelamin Responden



Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

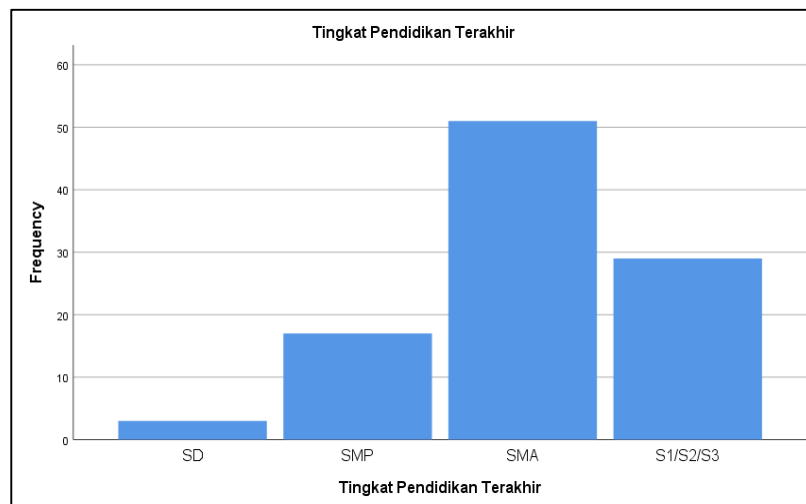
Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat dari total 100 responden yang berdasarkan jenis kelamin yakni terdapat 42 orang pembeli laki-laki atau dengan presentase 42% dan terdapat 58 orang pembeli perempuan atau dengan presentase

58%. Hal ini berarti, menunjukkan bahwa kebanyakan pembeli Bakso Gong Cak Gundul dalam penelitian ini adalah konsumen perempuan dengan persentase 58%.

2) Tingkat Pendidikan Terakhir

Berikut data responden yang berdasarkan tingkat pendidikan terakhir konsumen Bakso Gong Cak Gundul, dari 100 responden dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Tingkat Pendidikan Terakhir Responden



Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

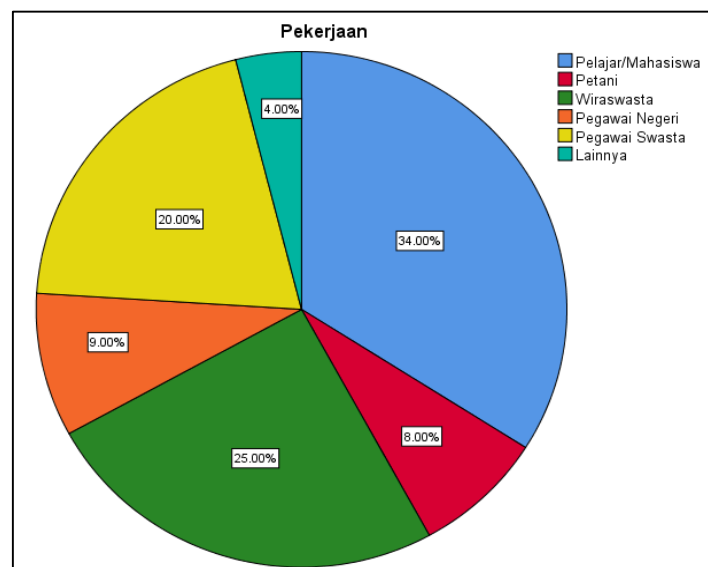
Dari gambar 4.2 bisa dilihat karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, dari total 100 responden sebanyak 3 orang adalah pendidikan terakhir SD dengan presentase 3%, sebanyak 17 orang adalah pendidikan terakhir SMP dengan presentase 17%, sebanyak 51 orang adalah pendidikan terakhir SMA dengan presentase 51%, dan sebanyak 29 orang adalah pendidikan terakhir S1/S2/S3 dengan presentase 29%. Hal ini berarti konsumen Bakso Gong Cak

Gundul dalam penelitian ini kebanyakan pendidikan terakhir SMA dengan presentase 51%.

3) Pekerjaan

Berikut data responden berdasarkan pekerjaan konsumen Bakso Gong Cak Gundul, dari 100 responden dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Pekerjaan Responden



Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

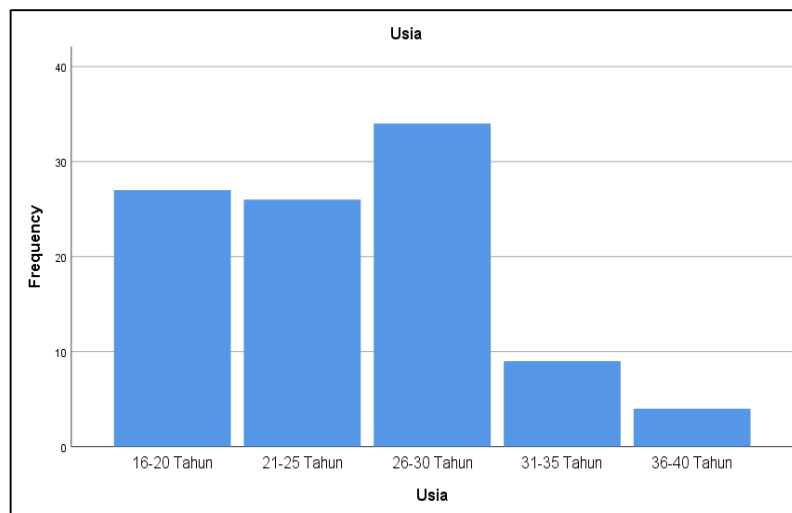
Dari gambar 4.3 bisa dilihat yakni karakteristik responden dari total 100 responden berdasarkan pekerjaan yaitu sebanyak 34 orang sebagai pelajar/mahasiswa atau dengan presentase 34%, sebanyak 8 orang sebagai petani atau dengan presentase 8%, sebanyak 25 orang sebagai wiraswasta atau dengan presentase 25%, sebanyak 9 orang sebagai pegawai negeri atau dengan presentase 9%, sebanyak 20 orang sebagai pegawai swasta atau dengan presentase 20%, dan sebanyak 4 orang lainnya atau dengan presentase 4%, . Hal ini berarti konsumen

Bakso Gong Cak Gundul kebanyakan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan presentase 34%.

4) Usia

Berikut data responden berdasarkan usia konsumen Bakso Gong Cak Gundul, dari 100 responden dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Gambar 4.4
Usia Responden



Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari gambar 4.4 dapat dilihat yakni dari total 100 responden yang berdasarkan usia yaitu terdapat 27 orang berusia 16-20 tahun atau dengan presentase 27%, terdapat 26 orang berusia 21-25 tahun atau dengan presentase 26%, terdapat 34 orang berusia 26-30 tahun atau dengan presentase 34%, terdapat 9 orang berusia 31-35 tahun atau dengan presentase 9%, dan terdapat 4 orang berusia 36-40 tahun atau dengan presentase 4%. Hal ini berarti konsumen Bakso Gong Cak Gundul kebanyakan berusia dari 26-30 tahun dengan presentase 34%.

c. Deskripsi Data Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel diantaranya yaitu kualitas produk sebagai variabel independen, kepuasan konsumen sebagai variabel intervening dan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen. Untuk memperoleh rata-rata skor pada setiap indikator dalam pernyataan kuesioner maka menggunakan dengan rumus, yaitu:

$$Me = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

Me = Mean

$\sum f_i$ = jumlah data / sampel

$\sum f_i x_i$ = jumlah perkalian data sampel (f_i) dengan tanda kelas (x_i).

Untuk mencari tingkat pencapaian jawaban dari responden digunakan rumus berikut:

$$TCR = \frac{\text{Rata - rata skor}}{5} \times 100$$

Dimana TCR = tingkat pencapaian responden.¹

Sedangkan kriteria nilai tingkat capaian responden adalah sebagai berikut:²

90% - < 100% : Sangat Baik

80% - < 90% : Baik

¹ Anda Talaseta, "Analisis Deskriptif Jawaban Responden Skripsi, Tesis (Skala Likert)," diakses dari <https://portgastalasetta.blogspot.com/2019/09/analisa-deskriptif-jawaban-responden.html?m=1>, pada tanggal 12 Juni 2021 pukul 21.17 WIB.

² Primasti Alya Andriastuti dan Dwi Lestari Rahayu, "Persepsi Konsumen Remaja di Kota Bandung terhadap Produk Pancake Bayam," *Jurnal Edufortech* 6, no. 2 (2021): 79 <http://ejournal.upi.edu/index.php/edufortech>.

65% - < 80% : Cukup Baik

55% - < 65% : Kurang Baik

0% - < 55% : Tidak Baik

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 100 responden, maka diperoleh data pada masing-masing variabel sebagai berikut:

1) Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk diukur menggunakan empatbelas item pernyataan untuk mendapatkan jawaban dari responden. Setelah penulis mengumpulkan data kuesioner maka menghasilkan frekuensi data, yakni:

Tabel 4.3

Frekuensi Data Variabel Kualitas Produk (X)

No Pernyataan	STS	TS	R	S	SS	Mean	TCR	Kategori
1			7	54	39	4,32	86,4	Baik
2			4	51	45	4,41	88,2	Baik
3			23	55	22	3,99	79,8	Cukup Baik
4				55	45	4,45	89	Baik
5			12	60	28	4,16	83,2	Baik
6			9	66	25	4,16	83,2	Baik
7			15	62	23	4,08	81,6	Baik
8			1	53	46	4,45	89	Baik
9	2	3	21	53	21	3,88	77,6	Cukup Baik
10		2	29	51	18	3,85	77	Cukup Baik
11			11	62	27	4,16	83,2	Baik
12	1	4	27	57	11	3,73	74,6	Cukup Baik
13		3	22	60	15	3,87	77,4	Cukup Baik
14			21	59	20	3,99	79,8	Cukup Baik
Akumulasi Rata-Rata Skor						4,11	82,14	Baik

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.3 mengenai frekuensi data variabel kualitas produk (X), pada pernyataan pertama yaitu daging sapi Bakso Gong Cak Gundul sangat terasa. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 7 atau 7% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 54 atau 54% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 39 atau 39% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan pertama diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,32 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 86,4 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 2 yaitu bumbu Bakso Gong Cak Gundul sangat terasa dan sangat lezat. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 4 atau 4% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 51 atau 51% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 45 atau 45% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 2 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,41 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 88,2 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 3 yaitu porsi yang disajikan Bakso Gong Cak Gundul pas. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 23 atau 23% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 55 atau 55% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 22 atau 22% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pada pernyataan ke 3 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,99 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 79,8 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 4 yaitu Bakso Gong Cak Gundul menyajikan sesuai dengan pesanan. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 55 atau 55% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 45 atau 45% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pada pernyataan ke 4 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,45 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 89 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 5 yaitu cita rasa Bakso Gong Cak Gundul sesuai dengan selera. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 12 atau 12% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 60 atau 60% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 28 atau 28% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pada pernyataan ke 5 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,16 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 83,2 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 6 yaitu Bakso Gong Cak Gundul menyajikan dengan lengkap seperti ada mie, saledri, gubis, dan lain-lain. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 9 atau 9% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 66 atau 66% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 25 atau 25% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pada pernyataan ke 6 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,16 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 83,2 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 7 yaitu Bakso Gong Cak Gundul menyediakan pilihan menu yang beragam. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 15 atau 15% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 62 atau 62% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 23 atau 23% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 7 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,08 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 81,6 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 8 yaitu bakso yang disajikan Bakso Gong Cak Gundul higienis. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 1 atau 1% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 53 atau 53% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 46 atau 46% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 8 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,45 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 89 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 9 yaitu Bakso Gong Cak Gundul memiliki rasa, aroma dan ukuran bakso tidak berubah dari sebelum-sebelumnya. Pada pernyataan tersebut terdapat 2 atau 2% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 3 atau 3% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 21 atau 21% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 53 atau 53% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 21 atau 21% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 9 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,88 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 77,6 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 10 yaitu penyajian Bako Gong Cak Gundul menarik. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 2 atau 2% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 29 atau 29% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 51 atau 51% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 18 atau 18% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 10 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,85 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 77 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 11 yaitu aroma dan penyajian Bakso Gong Cak Gundul menggugah selera. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 11 atau 11% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 62 atau 62% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 27 atau 27% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 11 didapat nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,16 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 83,2 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 12 yaitu saya merasa tidak ada keluhan selama membeli di Bakso Gong Cak Gundul. Pada pernyataan tersebut terdapat 1 atau 1% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 4 atau 4% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 27 atau 27% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 57 atau 57% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 11 atau 11% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pada pernyataan ke 12 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,73 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 74,6 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 13 yaitu informasi yang disampaikan sesuai dengan kualitas produk. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 3 atau 3% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 22 atau 22% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 60 atau 60% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 15 atau 15% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pada pernyataan ke 13 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,87 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 77,4 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 14 yaitu Bakso Gong Cak Gundul dikenal banyak masyarakat. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 21 atau 21% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 59 atau 59% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 20 atau 20% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pada pernyataan ke 14 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,99 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 79,8 maka dapat dikategorikan cukup baik.

2) Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel Kepuasan Konsumen diukur menggunakan tiga item pernyataan untuk mendapatkan jawaban responden. Setelah penulis mengumpulkan data kuesioner maka menghasilkan frekuensi data, yakni:

Tabel 4.4
Frekuensi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Z)

No Pernyataan	STS	TS	R	S	SS	Mean	TCR	Kategori
1		3	19	52	26	4,01	80,2	Baik
2		1	17	52	30	4,11	82,2	Baik
3		1	16	48	35	4,17	83,4	Baik
Akumulasi Rata-Rata Skor						4,09	81,93	Baik

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.4 mengenai frekuensi data variabel kepuasan konsumen (Z), pada pernyataan pertama yaitu saya sangat puas karena produk bakso sesuai dengan harapan. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 3 atau 3% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 19 atau 19% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 52 atau 52% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 26 atau 26% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan pertama didapat nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,01 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 80,2 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 2 yaitu saya berminat berkunjung kembali karena bakso yang disajikan memuaskan. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 1 atau 1% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 17 atau 17% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 52 atau 52% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 30 atau 30% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 2 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,11 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 82,2 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 3 yaitu saya berminat berkunjung kembali karena pelayanan memuaskan. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 1 atau 1% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 16 atau 16% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 48 atau 48% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 35 atau 35% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 3 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,17 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 83,4 maka dapat dikategorikan baik.

3) Variabel Loyalitas Konsumen

Variabel loyalitas konsumen diukur menggunakan delapan item pernyataan untuk mendapatkan jawaban responden. Setelah penulis mengumpulkan data kuesioner maka menghasilkan frekuensi data, yakni:

Tabel 4.5

Frekuensi Data Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

No Pernyataan	STS	TS	R	S	SS	Mean	TCR	Kategori
1		1	21	57	21	3,98	79,6	Cukup Baik
2				55	45	4,45	89	Baik
3		1	24	57	18	3,92	78,4	Cukup Baik
4			11	60	29	4,18	83,6	Baik
5			19	59	22	4,03	80,6	Baik
6			23	57	20	3,97	79,4	Cukup Baik
7		10	26	47	17	3,71	74,2	Cukup Baik
8	3	7	32	45	13	3,58	71,6	Cukup Baik
Akumulasi Rata-Rata Skor						3,97	79,55	Cukup Baik

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.5 mengenai frekuensi data variabel loyalitas konsumen (Y), pada pernyataan pertama yaitu saya akan terus membeli bakso di Bakso Gong Cak

Gundul secara teratur. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 1 atau 1% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 21 atau 21% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 57 atau 57% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 21 atau 21% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan pertama diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,98 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 79,6 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 2 yaitu saya sudah melakukan dua kali pembelian atau lebih. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, tidak setuju dan ragu ragu, terdapat 55 atau 55% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 45 atau 45% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pada pernyataan ke 2 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,45 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 89 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 3 yaitu Bakso Gong Cak Gundul adalah tempat saya membeli bakso. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 1 atau 1% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 24 atau 24% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 57 atau 57% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 18 atau 18% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 3 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,92 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 78,4 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 4 yaitu saya akan membeli menu-menu yang lain yang ditawarkan Bakso Gong Cak Gundul. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 11 atau 11% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 60 atau 60% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 29 atau 29% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 4 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,18 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 83,6 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 5 yaitu saya akan merekomendasikan kepada teman, keluarga dan rekan kerja untuk membeli di Bakso Gong Cak Gundul. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 19 atau 19% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 59 atau 59% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 22 atau 22% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 5 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 4,03 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 80,6 maka dapat dikategorikan baik.

Pada pernyataan ke 6 yaitu saya akan mengajak teman dan keluarga untuk membeli di Bakso Gong Cak Gundul. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, terdapat 23 atau 23% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, sebanyak 57 atau 57% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 20 atau 20% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 6 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,97

dengan tingkat pencapaian responden mencapai 79,4 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 7 yaitu saya tidak akan tertarik untuk membeli bakso di tempat lain. Pada pernyataan tersebut terdapat 0 atau 0% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 10 atau 10% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 26 atau 26% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 47 atau 47% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 17 atau 17% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 7 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,71 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 74,2 maka dapat dikategorikan cukup baik.

Pada pernyataan ke 8 yaitu saya akan tetap membeli produk Bakso Gong Cak Gundul meskipun ada produk bakso yang lebih murah. Pada pernyataan tersebut terdapat 3 atau 3% konsumen yang mengatakan sangat tidak setuju, terdapat 7 atau 7% konsumen yang mengatakan tidak setuju, terdapat 32 atau 32% konsumen yang mengatakan ragu-ragu, terdapat 45 atau 45% konsumen yang mengatakan setuju, dan terdapat 13 atau 13% konsumen yang mengatakan sangat setuju. Sehingga pernyataan ke 8 diperoleh nilai skor rata-rata (mean) sebesar 3,58 dengan tingkat pencapaian responden mencapai 71,6 maka dapat dikategorikan cukup baik.

d. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dilakukan guna mengetahui kelayakan setiap pernyataan, apakah pernyataan tersebut layak atau tidak dipakai. Dalam penelitian ini, uji kualitas data yaitu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan guna mengukur pada setiap item pernyataan suatu kuesioner untuk diuji valid tidaknya pernyataan kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan uji signifikansi yakni dengan melakukan perbandingan r_{hitung} dengan r_{tabel} , untuk df (*degree of freedom*) = $n - 2$, yang mana n merupakan banyaknya sampel dan alpha 5%. Suatu pernyataan dikatakan valid, jika memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini besarnya nilai $df = 100 - 2 = 98$ dan alpha 5% sehingga didapat r_{tabel} yaitu 0,1966.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Tiap Item Pernyataan

Kualitas Produk (X), Kepuasan Konsumen (Z), dan Loyalitas Konsumen (Y)

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Validitas
Kualitas Produk (X)			
X.1	0,741	0,1966	Valid
X.2	0,715	0,1966	Valid
X.3	0,537	0,1966	Valid
X.4	0,573	0,1966	Valid
X.5	0,758	0,1966	Valid
X.6	0,690	0,1966	Valid
X.7	0,725	0,1966	Valid

X.8	0,644	0,1966	Valid
X.9	0,782	0,1966	Valid
X.10	0,722	0,1966	Valid
X.11	0,599	0,1966	Valid
X.12	0,803	0,1966	Valid
X.13	0,757	0,1966	Valid
X.14	0,701	0,1966	Valid
Kepuasan Konsumen (Z)			
Z.1	0,875	0,1966	Valid
Z.2	0,929	0,1966	Valid
Z.3	0,815	0,1966	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)			
Y.1	0,812	0,1966	Valid
Y.2	0,728	0,1966	Valid
Y.3	0,795	0,1966	Valid
Y.4	0,772	0,1966	Valid
Y.5	0,864	0,1966	Valid
Y.6	0,889	0,1966	Valid
Y.7	0,927	0,1966	Valid
Y.8	0,870	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS versi 26 diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian dari uji validitas pada tabel 4.6 dapat dilihat yaitu seluruh indikator dari variabel kualitas produk (X), kepuasan konsumen (Z), dan loyalitas konsumen (Y) dikatakan valid, dikarenakan pada koefisien korelasi untuk setiap item pernyataan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang mana nilai r_{tabel} sebesar 0,1966.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bermaksud untuk dapat mengetahui konsistensi jawaban reponden dari hasil kuesioner. Suatu variabel dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dan suatu variabel dikatakan tidak reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0,918 > 0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Z)	0,843 > 0,60	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,934 > 0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS versi 26 diolah, 2021

Dari hasil pengujian diatas, seluruh indikator dari ketiga variabel yaitu variabel kualitas produk (X), kepuasan konsumen (Z), dan loyalitas konsumen (Y) dikatakan reliabel, dikarenakan semua nilai *Cronbach's Alpha* dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* > 0,60).

e. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk dapat mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik yaitu tidak ditemukan korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas, yaitu dilakukan dengan melihat dari nilai tolerance dan dari nilai VIF. Jika nilai toleran > 0,10 dan nilai VIF < 10, hal ini tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil setiap variabel untuk uji multikolinieritas, ialah:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas Model 1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.883	1.359		.650	.517		
	Kualitas Produk	.198	.024	.649	8.441	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas Model 2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.252	3.042		.412	.682		
	Kualitas Produk	.424	.069	.568	6.140	.000	.579	1.727
	Kepuasan Konsumen	.505	.226	.207	2.240	.027	.579	1.727

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 4.8, didapat nilai tolerance pada variabel kualitas produk (X) sebesar $1,000 > 0,10$ dan nilai VIF pada kualitas produk (X) sebesar $1,000 < 10$. Sedangkan pada tabel 4.9 didapat nilai tolerance pada variabel kualitas produk (X) sebesar $0,579 > 0,10$ dan kepuasan konsumen (Z) sebesar $0,579 > 0,1$ serta nilai VIF pada kualitas produk (X) sebesar $1,727 < 10$ dan

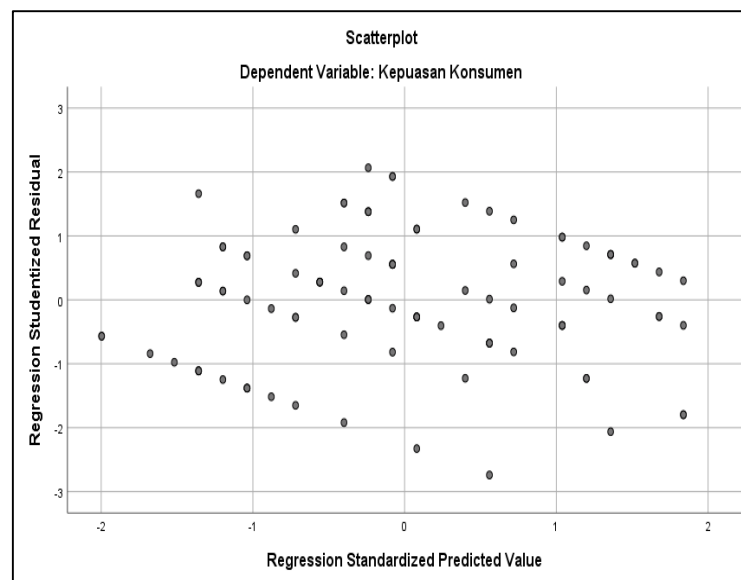
kepuasan konsumen (Z) sebesar $1,727 < 10$. Sehingga disimpulkan yakni model 1 dan 2 antar variabel independen (bebas) tidak terjadi multikolinieritas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud melihat apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas, salah satunya yakni menggunakan uji grafik *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED dengan SRESID dari pengolahan data menggunakan program SPSS 26, pada gambar yang dibawah ini.

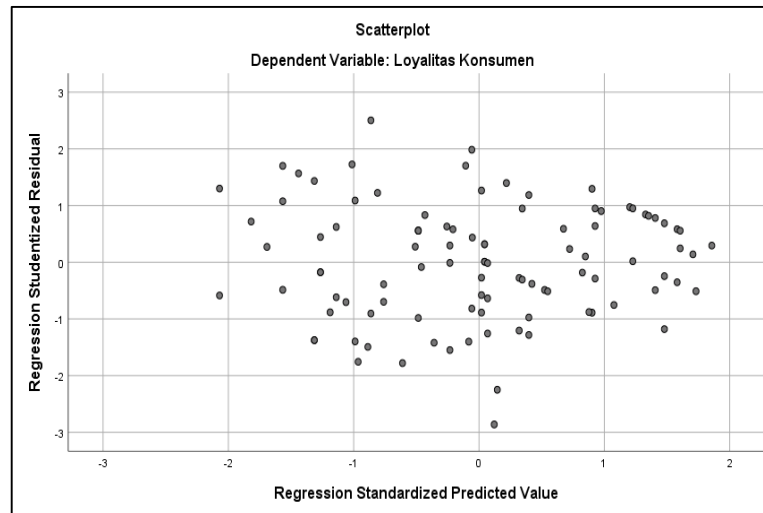
Gambar 4.5

Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1



Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Gambar 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2



Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Berdasarkan gambar 4.5 dan 4.6 pada grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa kedua model diatas titik-titik pada grafik tidak dapat membentuk suatu pola tertentu dengan jelas, yang mana titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 yang berada di sumbu Y, dengan demikian grafik tersebut menandakan bahwa tidak bisa dibaca dengan jelas. Sehingga hasil dari grafik *scatterplot* dari kedua model tersebut disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini juga menggunakan uji glejser agar lebih memastikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas, karena jika uji heteroskedastisitas hanya dilihat dari hasil output grafik *scatterplot* saja, ada kemungkinan penilaian yang subjektif dan kurang tepat. Hasil dari uji glejser penelitian ini, ialah:

Tabel 4.10
Hasil Uji Glejser Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.211	.820		1.476	.143
	Kualitas Produk	-.001	.014	-.007	-.068	.946

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Tabel 4.11
Hasil Uji Glejser Model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.670	1.675		3.983	.000
	Kualitas Produk	-.036	.038	-.124	-.960	.340
	Kepuasan Konsumen	-.157	.124	-.163	-1.264	.209

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil uji glejser pada tabel 4.10 didapat nilai signifikansi variabel kualitas produk yaitu 0,946 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sedangkan pada tabel 4.11 diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas produk yaitu 0,340 dan kepuasan konsumen yaitu 0,209 yang artinya lebih besar dari 0,05. Sehingga disimpulkan dari kedua model tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan guna melihat apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1

(sebelumnya). Untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah autokorelasi yaitu dengan cara melakukan uji Durbin Watson (DW) dengan taraf signifikansi 5% dengan ketentuan pengambilan keputusan, yaitu:

Tabel 4.12

Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Durbin Watson

Hipotesis nol	Nilai statistik
Ada autokorelasi positif	$0 < d < dl$
Tidak ada keputusan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	$4-dl < d < 4$
Tidak ada keputusan	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	$du < d < 4 - du$

Tabel 4.13

Hasil Uji Autokorelasi Model 1

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.649 ^a	.421	.415	1.464	1.796
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai DW sebesar 1,796. Nilai DW akan dilakukan perbandingan dengan DW tabel dengan signifikansi 5%, n (banyaknya sampel) = 100 serta k (banyaknya variabel independen) = 1. Maka ditemukan nilai dl dan du sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi Model 1

Dl	Du	4-dl	4-du	DW	Keputusan
1,6540	1,6944	2,346	2,3056	1,796	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Tabel Durbin-Watson

Dari tabel 4.14 diketahui nilai DW yaitu 1,796 yang berada diantara nilai $du = 1,6944$ dan nilai $4-du = 2,3056$ ($du < DW < (4-du)$). Hal ini dapat disimpulkan dalam model regresi pada model 1 tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada penelitian ini.

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi Model 2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.720 ^a	.519	.509	3.269	1.787
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk					
b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen					

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh nilai DW yaitu 1,787. Nilai DW dilakukan perbandingan dengan DW tabel dengan signifikansi 5%, n (banyaknya sampel) = 100 serta k (banyaknya variabel independen) = 2. Maka ditemukan nilai dl dan du sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi Model 2

Dl	Du	4-dl	4-du	DW	Keputusan
1,6337	1,7152	2,3663	2,2848	1,787	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Tabel Durbin-Watson

Dari tabel 4.16 diketahui nilai DW sebesar 1,787 yang berada diantara nilai $du = 1,7152$ dan nilai $4-du = 2,2848$ ($du < DW < (4-du)$). Hal ini dapat disimpulkan dalam model regresi pada model 2 tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada penelitian ini.

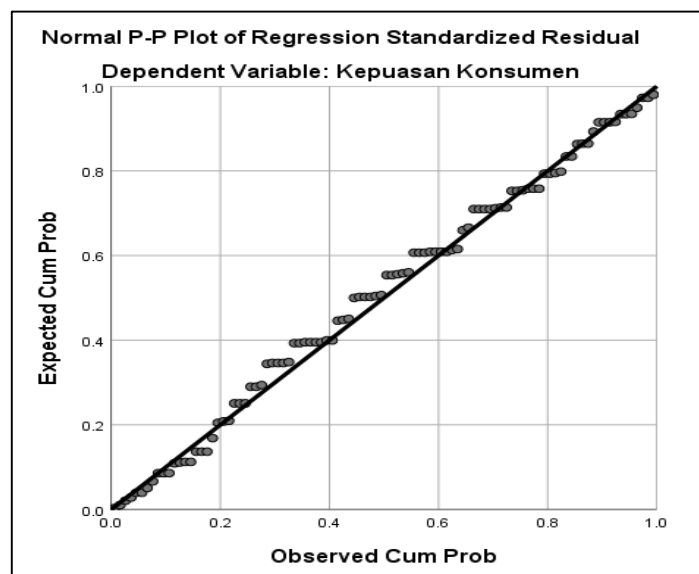
4) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna melihat apakah antara variabel bebas dan terikat berdistribusi dengan normal atau tidak dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik yaitu dengan memiliki data yang berdistribusi dengan normal. Pada penelitian ini uji normalitas, menggunakan grafik normal *probabilityplot*. Tetapi karena uji normalitas hanya dengan melihat hasil output grafik normal *probabilityplot* saja, maka kemungkinan terdapat subjektivitas dalam menginterpretasikan dari hasil output tersebut. Oleh sebab itu, pada penelitian ini juga melakukan *one-sample kolmogorov-smirnov* untuk lebih memastikan model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas.

Berikut hasil uji normalitas dalam menggunakan grafik normal *probabilityplot*, dapat dilihat gambar dibawah ini.

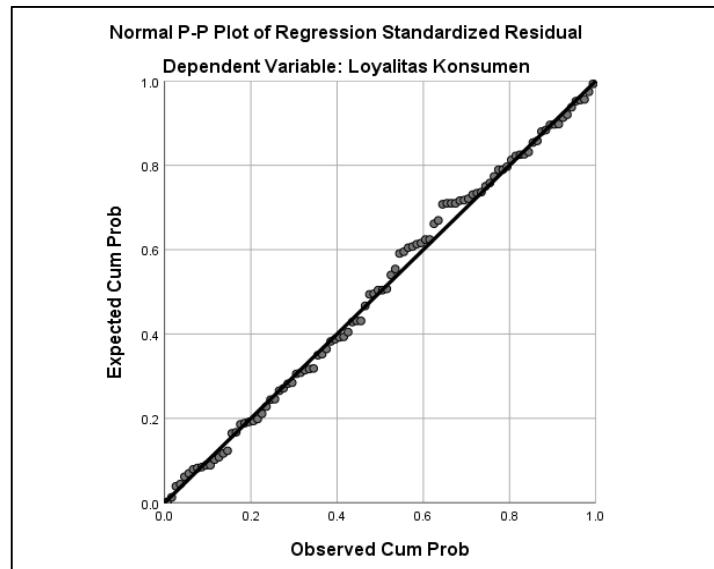
Gambar 4.7

Hasil Uji Normalitas Model 1



Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Gambar 4.8
Hasil Uji Normalitas Model 2



Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari gambar 4.7 dan 4.8 pada grafik normal probability plot diatas terlihat kedua model diatas titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan juga mengikuti arah garis diagonal. Hal ini disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.17
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Model 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.45622928
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.045
	Negative	-.063
Test Statistic		.063

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Tabel 4.18

Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* Model 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.23594493
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.070
	Positive	.033
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil uji normalitas pada tabel *kolmogorov-smirnov* dari kedua model didapat nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Maka disimpulkan residual data berdistribusi dengan normal dan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan yaitu

membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5%, kebebasan pembilang (df_1) = k dan derajat penyebut (df_2) = $n - k - 1$. Dengan kriteria pengambilan keputusan yakni sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

Tabel 4.19
Hasil Analisis Uji F Model 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152.650	1	152.650	71.257	.000 ^b
	Residual	209.940	98	2.142		
	Total	362.590	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk						

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.19 bahwa nilai F_{hitung} sebesar 71,257 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, nilai F_{tabel} yaitu 3,94. Hasil dari uji tersebut berarti nilai F_{hitung} $71,257 > F_{tabel}$ 3,94 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diputuskan yaitu variabel kualitas produk (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Z) pada Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan.

Tabel 4.20
Hasil Analisis Uji F Model 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1118.097	2	559.049	52.310	.000 ^b
	Residual	1036.663	97	10.687		
	Total	2154.760	99			
a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk						

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.20 bahwa nilai F_{hitung} sebesar 52,310 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, nilai F_{tabel} yaitu 3,09. Hasil dari uji tersebut berarti nilai $F_{hitung} 52,310 > F_{tabel} 3,09$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian keputusannya yaitu variabel kualitas produk (X) dan kepuasan konsumen (Z) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) pada Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan.

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan guna mengetahui pengaruh terpisah (parsial) antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan yaitu membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dan tingkat signifikansi 5% serta $df = t (\alpha/2 ; n-k-1)$. Dengan kriteria pengambilan keputusan yakni sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka variabel bebas secara parsial (terpisah) tidak berpengaruh pada variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka variabel bebas secara parsial (terpisah) berpengaruh pada variabel terikat.

Tabel 4.21
Hasil Analisis Uji t Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.883	1.359		.650	.517
	Kualitas Produk	.198	.024	.649	8.441	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil analisis uji t pada tabel 4.21, pada variabel kualitas produk (X) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,441 dengan tingkat signifikansi 0,000, dan nilai t_{tabel} yaitu 1,98447. Hal tersebut berarti nilai t_{hitung} 8,441 > t_{tabel} 1,98447 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X) secara parsial (terpisah) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Z).

Tabel 4.22
Hasil Analisis Uji t Model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.252	3.042		.412	.682
	Kualitas Produk	.424	.069	.568	6.140	.000
	Kepuasan Konsumen	.505	.226	.207	2.240	.027

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil analisis uji t pada tabel 4.22, maka pengaruh pada tiap-tiap variabel dapat dijabarkan sebagai berikut

Variabel kualitas produk (X) didapat nilai t_{hitung} sebesar 6,140 dengan tingkat signifikansi 0,000, dan t_{tabel} sebesar 1,98472. Hal ini berarti $t_{hitung} 6,140 > t_{tabel} 1,98472$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X) secara parsial (terpisah) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

Variabel kepuasan konsumen (Z) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,240 dengan tingkat signifikansi 0,027, t_{tabel} sebesar 1,98472, artinya $t_{hitung} 2,240 > t_{tabel} 1,98472$ dan tingkat signifikansi $0,027 < 0,05$. Dengan demikian disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Z) secara parsial (terpisah) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur besarnya kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi yaitu dapat dilihat dari nilai *Adjust R Square*. Berikut hasil dari koefisien determinasi, yaitu:

Tabel 4.23

Hasil Koefisien Determinasi Model 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.415	1.464
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk				

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil analisis data tersebut bisa dilihat nilai *Adjust R Square* yaitu 0,415 atau 41,5%, yang artinya pada penelitian ini kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 41,5%. Artinya variabel kualitas produk (X)

secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Z) yaitu 41,5%. Sedangkan 58,5% dipengaruhi variabel yang lainnya.

Tabel 4.24
Hasil Koefisien Determinasi Model 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.509	3.269
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk				

Sumber: Output SPSS versi 26, 2021

Dari hasil analisis data tersebut dapat dilihat nilai *Adjust R Square* yaitu 0,509 atau 50,9%, artinya pada penelitian ini kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 50,9%. Dimana variabel kualitas produk (X) dan kepuasan konsumen (Z) secara simultan berpengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) yaitu 50,9%. Sedangkan 49,1% dipengaruhi variabel yang lainnya.

4. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur merupakan metode untuk menguji pengaruh besarnya variabel mediasi (intervening). Analisis jalur bermaksud guna mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung yang melibatkan variabel exogen dan variabel endogen.

a. Hasil Uji Regresi Model Pertama

Pada persamaan regresi model ini guna untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Z). Hasil dari analisis regresi pada tabel 4.21 *coefficient*, nilai koefisien kualitas produk (X) diperoleh $aX = 0,649$

yang berarti apabila kualitas produk ada peningkatan satu satuan, kepuasan konsumen juga meningkat sebesar 0,649 satuan. Hal ini menunjukkan apabila kualitas produk mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen akan meningkat juga.

Nilai R square pada tabel 4.23 ialah sebesar 0,421, sehingga untuk menentukan nilai e1 bisa dicari dengan menggunakan rumus $e1 = \sqrt{(1 - 0,421)} = 0,761$. Jadi persamaan analisis jalur model substruktural 1 yaitu:

$$Z = aX + e1$$

$$Z = 0,649 X + 0,761 e1$$

b. Hasil Uji Regresi Model Kedua

Pada persamaan regresi model ini bertujuan guna mengetahui pengaruh variabel kualitas produk (X) dan kepuasan konsumen (Z) terhadap loyalitas konsumen (Y). Dari hasil analisis regresi pada tabel 4.22 *coefficient*, nilai koefisien kualitas produk (X) diperoleh $bX = 0,568$ yang berarti jika kualitas produk ada peningkatan satu satuan, loyalitas konsumen juga meningkat sebesar 0,568 satuan. Dimana jika kualitas produk mengalami peningkatan, loyalitas konsumen juga meningkat. Sedangkan nilai koefisien kepuasan konsumen (Z) diperoleh $cZ = 0,207$, artinya jika kepuasan konsumen ada peningkatan satu satuan, loyalitas konsumen juga meningkat sebesar 0,207 satuan. Dimana jika kepuasan konsumen mengalami peningkatan, loyalitas konsumen juga meningkat.

Nilai R square pada tabel 4.24 ialah sebesar 0,519, sehingga untuk menentukan nilai e2 bisa dicari dengan menggunakan rumus $e2 = \sqrt{(1 - 0,519)} = 0,693$. Jadi persamaan analisis jalur model substruktural 2 yaitu:

$$Y = bX + c Z + e2$$

$$Y = 0,568 X + 0,207 Z + 0,693 e2$$

c. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh

1) Pengaruh Langsung

Pengaruh langsung ialah pengaruh dari suatu variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) tanpa harus melalui variabel dependen yang lainnya. Nilai pengaruh langsung dari variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,568.

2) Pengaruh Tidak Langsung

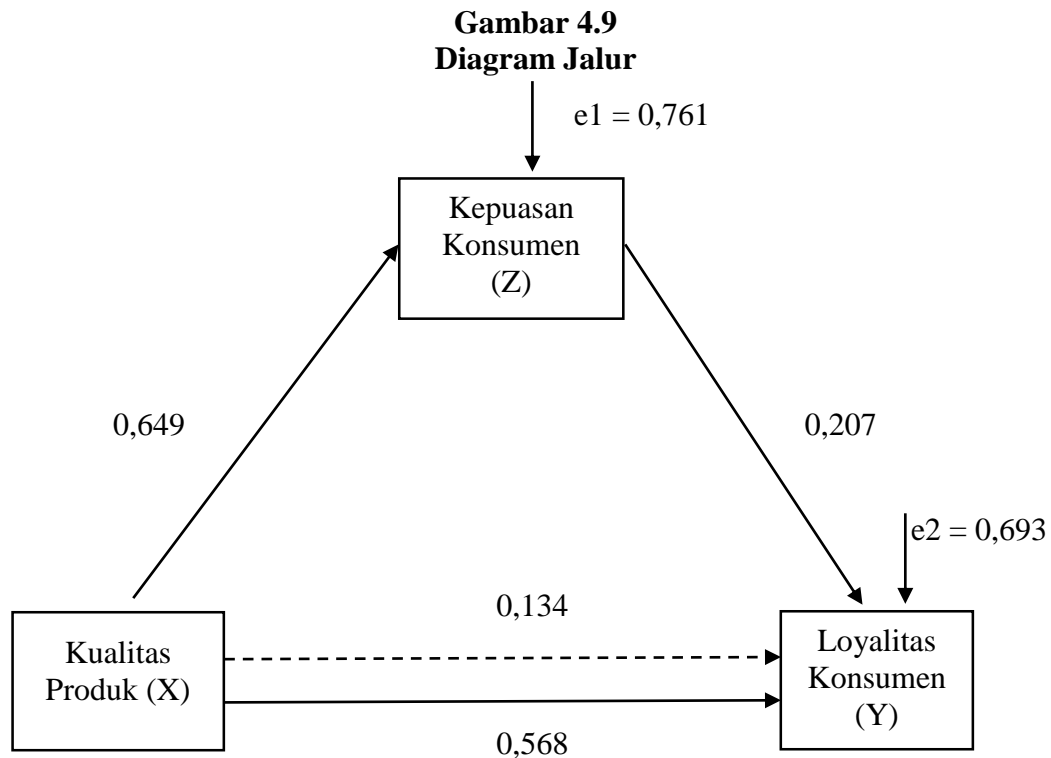
Pengaruh tidak langsung ialah situasi yang mana variabel bebas (independen) mempengaruhi variabel terikat (dependen) dengan melalui variabel lainnya yaitu variabel intervening. Pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen yaitu $0,649 \times 0,207 = 0,134343$

3) Total Pengaruh

Total pengaruh merupakan penjumlahan dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Berikut total pengaruh dari variabel kualitas produk (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) melalui kepuasan konsumen (Z).

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh total} &= \text{pengaruh langsung} + \text{pengaruh tidak langsung} \\ &= 0,568 + 0,134343 \\ &= 0,702343 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh pengaruh total kualitas produk terhadap loyalitas konsumen yaitu 0,702343. Berikut diagram jalur dapat dilihat gambar dibawah ini:



Keterangan:

-----> : Pengaruh tidak langsung

————> : Pengaruh Langsung

d. Uji Sobel

Hasil analisis jalur menunjukkan kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen dan juga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Berikut untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dengan Uji Sobel, yaitu:

$$\text{Dimana} = \quad a \quad = 0,198$$

$$\quad \quad \quad b \quad = 0,505$$

$$\quad \quad \quad S_a \quad = 0,024$$

$$\quad \quad \quad S_b \quad = 0,226$$

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{(0,505)^2 \cdot (0,024)^2 + (0,198)^2 \cdot (0,226)^2 + (0,024)^2 (0,226)^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{0,00217869768}$$

$$S_{ab} = 0,0466765$$

Dari hasil standar error pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), maka dapat diperoleh nilai t statistik pengaruh intervening dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

$$t = \frac{0,198 \times 0,505}{0,0466765}$$

$$t = \frac{0,09999}{0,0466765}$$

$$t = 2,14219$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 2,14219. Sedangkan t_{tabel} didapat $df = t(\alpha/2 ; n-k-1)$ dimana $\alpha = 5\%$, $n = 100$ dan $k = 2$ sehingga t_{tabel} didapat 1,98472, yang artinya t_{hitung} 2,14219 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,98472, sehingga dapat disimpulkan kepuasan konsumen dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

C. Pembahasan

Dari hasil analisis statistik terhadap masing-masing variabel, maka peneliti bisa menjawab dan menjelaskan tentang rumusan masalah yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan implikasinya pada loyalitas konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan. Maka pembahasan permasalahan penelitian ini dapat dijabarkan ialah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan

Kualitas produk dalam suatu usaha khususnya UKM Bakso Gong Cak Gundul sangat diperlukan, karena jika kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen sangat baik, maka dapat menarik minat konsumen dan akan menentukan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Bakso Gong Cak Gundul. Oleh karena itu, kualitas produk sangat diperlukan dalam usaha agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya.

Dari hasil hipotesis pada tabel 4.21 *coefficient*, didapat nilai t_{hitung} sebesar 8,441 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dimana hasil uji tersebut, t_{hitung} 8,441 > t_{tabel} 1,98447 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang artinya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana jika kualitas produk yang diberikan kepada konsumen semakin baik, juga kepuasan konsumen meningkat. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan dapat diterima.

Konsumen Bakso Gong Cak Gundul merasakan kepuasan terhadap kualitas produk yang diberikan Bakso Gong Cak Gundul. Hal ini dapat merujuk dari respon hasil kuesioner menunjukkan bahwa Bakso Gong Cak Gundul memiliki kualitas produk yang baik. Hasil respon kuesioner yang memiliki skor tertinggi yaitu pada pernyataan *reliability* yang menyatakan bakso yang disajikan Bakso Gong Cak Gundul higienis. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dalam membeli bakso melihat dari kehygienisan makanan sehingga membuat konsumen puas. Selain kehygienisan bakso yang disajikan, yang membuat konsumen puas karena rasa bakso sesuai selera konsumen, penyajian lengkap dan porsi yang disajikan bakso pas. Artinya konsumen puas terhadap produk Bakso Gong Cak Gundul karena memiliki kualitas yang baik yang memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

Berdasarkan wawancara dengan Hellyatus Saadah (konsumen Bakso Gong Cak Gundul) yang mengatakan bahwa yang membuat puas karena informasi yang disampaikan sesuai dengan kualitas produk. Produk Bakso Gong Cak Gundul memiliki kualitas yang baik karena rasa daging bakso lebih terasa dan juga bumbu baksonya lezat. Selain itu, yang menambah kepuasan juga karena bahan-bahan produk Bakso Gong Cak Gundul halal, seperti daging sapi asli dan tepung yang halal. Sehingga dengan kehalalan tersebut tidak akan ragu untuk membeli dan puas terhadap Bakso Gong Cak Gundul.³

Konsumen puas terhadap produk Bakso Gong Cak Gundul karena terpenuhi harapan konsumen mengkonsumsi produk Bakso Gong Cak Gundul yang

³ Hellyatus Saadah, Konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan, *Wawancara Langsung* (4 Maret 2022)

diharapkan sesuai yang diterima. Sehingga konsumen Bakso Gong Cak Gundul berminat berkunjung kembali, hal ini karena konsumen puas terhadap produk yang disajikan Bakso Gong Cak Gundul. Konsumen dalam membeli suatu produk, berharap produk tersebut bisa memenuhi harapan dan keinginan konsumen, dan dapat menyebabkan konsumen puas. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan, karena apabila kualitas produk yang diberikan tinggi, juga menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi.⁴ Untuk mewujudkan produk yang mempunyai kualitas baik yang berakhir pada kepuasan konsumen, maka pelaku usaha harus mampu memahami persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Dita Putri Anggraeni, Srikandi Kumadji dan Sunarti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan”. Serta penelitian ini selaras dengan penelitian Iqbal Kurnia dan Eri Besra yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang”.⁵ Dari kedua penelitian tersebut membuktikan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

⁴ Analia Lumban Gaol, dkk “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya yang menggunakan Smartphone Samsung),” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 38, no. 1 (September, 2016): 128
<https://www.neliti.com/id/publication/87302/pengaruh-kualitas-produk-terhadap-tingkat-kepuasan-konsumen-dan-loyalitas-konsum>.

⁵ Lihat Bab I., 14.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang penting terhadap kelangsungan UKM Bakso Gong Cak Gundul. Dengan memberikan kualitas produk yang baik maka akan menarik minat konsumen dan juga menentukan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan Bakso Gong Cak Gundul. Konsumen yang merasa puas menjadikan konsumen membeli kembali serta menjadikan konsumen loyal.

Dari hasil hipotesis pada tabel 4.22 *coefficient*, didapat nilai t_{hitung} sebesar 6,140 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dimana hasil uji tersebut, nilai t_{hitung} $6,140 > t_{tabel}$ 1,98472 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti, jika kualitas produk yang diberikan kepada konsumen semakin baik maka akan meningkatkan loyalitas konsumen. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan dapat diterima.

Konsumen Bakso Gong Cak Gundul menjadi loyal, disebabkan konsumen mendapatkan produk yang berkualitas baik yang mampu memenuhi apa yang diharapkan konsumen. Produk Bakso Gong Cak Gundul sesuai harapan konsumen, konsumen menjadi setia sehingga konsumen melakukan pembelian ulang dan konsumen membeli semua jenis bakso yang ditawarkan oleh Bakso Gong Cak Gundul. Selain itu, konsumen menceritakan produk Bakso Gong Cak Gundul kepada orang lain agar membeli produk yang ditawarkan Bakso Gong Cak Gundul

serta konsumen tidak berpindah ketempat bakso lain walaupun tempat bakso lain menawarkan harga yang lebih murah.

Berdasarkan wawancara dengan Suhartini Ningsih (konsumen Bakso Gong Cak Gundul) yang mengatakan bahwa yang menjadi loyal selain karena kualitas produk yang baik seperti rasa sesuai dengan selera, juga karena produk Bakso Gong Cak Gundul halal. Sehingga dengan kehalalan tersebut, melakukan pembelian ulang dan menjadi setia pada Bakso Gong Cak Gundul.⁶

Konsumen yang loyal menguntungkan Bakso Gong Cak Gundul karena dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan dan menjadikan Bakso Gong Cak Gundul terus berkembang. Oleh karena itu, untuk menciptakan loyalitas konsumen, Bakso Gong Cak Gundul harus memberikan produk sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Terciptanya loyalitas karena terbentuknya kualitas dan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk. Sebagaimana pendapat Oliver bahwa loyalitas ialah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁷

Penelitian ini selaras dengan penelitian Dita Putri Anggraeni, Srikandi Kumadji dan Sunarti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan

⁶ Suhartini Ningsih, Konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan, *Wawancara Langsung* (4 Maret 2022)

⁷ Abdul Basith dkk, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kulaitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan De’Pans Pancake and Waffle di Kota Malang),” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 11, no. 1 (Juni, 2014): 3 <https://media.neliti.com/media/publications/82300-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pe.pdf>.

dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan”. Serta penelitian ini selaras dengan penelitian Iqbal Kurnia dan Eri Besra yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang”.⁸ Dari kedua penelitian ini membuktikan yakni kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan

Konsumen yang puas maka akan mewujudkan konsumen menjadi loyal terhadap produk yang ditawarkan Bakso Gong Cak Gundul. Dengan menjadikan konsumen loyal maka akan meningkatkan pertumbuhan penjualan dan keuntungan yang besar bagi Bakso Gong Cak Gundul.

Dari hasil hipotesis pada tabel 4.22 *coefficient*, didapat nilai t_{hitung} sebesar 2,240 dengan nilai signifikansi sebesar 0,027. Dimana hasil uji tersebut, nilai t_{hitung} $2,240 > t_{tabel}$ 1,98472 dan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$, artinya variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti, jika semakin meningkat kepuasan konsumen, juga akan meningkatkan loyalitas konsumen Bakso Gong Cak Gundul. Sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan dapat diterima.

⁸ Lihat Bab I., 14.

Konsumen Bakso Gong Cak Gundul merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan Bakso Gong Cak Gundul, karena apa yang diharapkan konsumen mampu memenuhi keinginan konsumen. Hal ini dapat merujuk dari respon hasil kuesioner menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap Bakso Gong Cak Gundul adalah baik. Konsumen yang puas terhadap produk yang diberikan Bakso Gong Cak Gundul maka besar kemungkinan konsumen melakukan pembelian ulang dan menimbulkan loyalitas. Loyalitas konsumen berperan penting bagi Bakso Gong Cak Gundul. Mempertahan konsumen yang loyal maka akan meningkatkan kinerja keuangan dan akan mempertahankan kelangsungan hidup Bakso Gong Cak Gundul. Konsumen yang sangat puas terhadap suatu produk biasanya menjadikan konsumen tetap setia dalam waktu yang panjang, membicarakan tentang hal baik mengenai produk tersebut pada orang lain, dan tidak mudah berpindah ke tempat lain.⁹

Penelitian ini selaras dengan penelitian Iqbal Kurnia dan Eri Besra yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang”.¹⁰ Serta penelitian ini selaras dengan penelitian Caesar Andreas dan Tri Yuniati yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan sebagai Varibel intervening”.¹¹ Dari kedua penelitian tersebut membuktikan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

⁹ Fidya Arie Pratama, *Management Finance & Marketing* (Yogyakarta: K-Media, 2016), 205.

¹⁰ Lihat Bab I., 14.

¹¹ Lihat Bab I., 15.

4. Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan

Berdasarkan hasil hipotesis kepuasan konsumen memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan menggunakan uji sobel didapat nilai t_{hitung} sebesar $2,14219 > t_{tabel}$ sebesar $1,98472$, dan nilai total pengaruh atau koefisien mediasi sebesar $0,702343$. Hal ini dapat dikatakan yakni kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan diterima.

Konsumen Bakso Gong Cak Gundul merasa kualitas produk yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen seperti rasa bakso sesuai dengan selera konsumen, penyajian lengkap dan porsi bakso yang disajikan pas, serta bakso yang disajikan higienis. Hal ini dapat merujuk dari respon hasil kuesioner bahwa Bakso Gong Cak Gundul memiliki kualitas produk yang baik. Berdasarkan wawancara yang saya lakukan dengan Hermiyati (Istri Pemilik Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan), dari berbagai pilihan menu yang ditawarkan kepada konsumen, menu bakso yang sering dipesan yaitu bakso jumbo. Selain terdapat pilihan menu bakso, Bakso Gong Cak Gundul juga terdapat menu tambahan mie, tetapi yang sering dipesan adalah mie ayam Bakso dan menu minuman yang sering dipesan yaitu es teh.¹² Produk Bakso Gong Cak Gundul sesuai ekspektasi konsumen yang mana membuat konsumen merasa puas sehingga mempengaruhi loyalitas konsumen. Contoh loyalitas konsumen Bakso Gong Cak Gundul yaitu konsumen selalu

¹² Hermiyati, Istri Pemilik Bakso Gong Cak Gundul Pameksan, *Wawancara Langsung* (18 Januari 2022)

membeli ulang, dan konsumen juga tidak hanya makan di tempat, tetapi juga konsumen membeli bakso untuk dibawa pulang dalam jumlah banyak. Hal ini berarti konsumen memperkenalkan produk Bakso Gong Cak Gundul kepada orang lain atau keluarganya. Konsumen yang menunjukkan rasa puas kemudian loyalnya konsumen adalah tidak mudah tergoda untuk pindah ke tempat lain sehingga menjadikan konsumen setia terhadap Bakso Gong Cak Gundul. Membangun hubungan dengan konsumen melalui suatu proses, yaitu mampu menciptakan kepuasan konsumen sehingga menjadikan konsumen puas dan menumbuhkan loyalitas dari konsumen tersebut. Jadi semakin baik kualitas produk yang diberikan Bakso Gong Cak Gundul kepada konsumen maka menciptakan kepuasan terhadap produk tersebut, sehingga dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya apabila memiliki konsumen yang loyal.

Penelitian ini selaras dengan penelitian Iqbal Kurnia dan Eri Besra yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang”.¹³ Serta penelitian ini selaras dengan penelitian Caesar Andreas dan Tri Yuniati yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan sebagai Variabel intervening”.¹⁴ Dari kedua penelitian tersebut membuktikan yakni kepuasan konsumen dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

¹³ Lihat Bab I., 14.

¹⁴ Lihat Bab I., 15.