



Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko R4 Petshop Padang

Ahmad Hasan Yani¹, Salfadri², Yulistia³

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: ahmadhasanyani@gmail.com

² Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Corresponding Author: Ahmad Hasan Yani

Abstract: *The purpose of this study is to determine: 1. Which indicators are dominant from the variables of price, service quality, customer satisfaction and customer loyalty. 2. Partial effect of price on customer loyalty. 3. Partial influence of Service Quality on Loyalty. 4. The effect of customers partially on Customer Loyalty. 5. The effect of price, service quality and customer satisfaction simultaneously on customer loyalty at R4 Petshop Padang Store. The population of this study were customers of the R4 Petshop Padang Store in 2021 with a total of 1,204 people and a sample of 92 people was obtained using the slovin formula. The sampling technique of this study used purposive sampling. The research data used primary data collected through distributing questionnaires to employees. The data analysis method in this study uses descriptive analysis, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing t and F. The results of the analysis show that 1. price has a significant negative effect on customer loyalty. 2. Service quality has a significant positive effect on customer loyalty. 3. Customers have no significant positive effect on Customer Loyalty. 4. The contribution of price and purpose variables to customer loyalty is 27.4% while the remaining 72.6% is influenced by other variables outside of this study.*

Keywords: *Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1. Indikator mana yang dominan dari variabel harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. 2. Pengaruh harga secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan. 3. pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas. 4. Pengaruh Kepuasan pelanggan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan. 5. Pengaruh Harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas pelanggan Toko R4 Petshop Padang. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Toko R4 Petshop Padang pada tahun 2021 dengan jumlah 1.204 Orang dan diperoleh sampel dengan menggunakan rumus slovin sebanyak 92 orang. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan purposive sampling. Data penelitian

menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada karyawan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi serta uji hipotesis t dan F. Hasil analisis menunjukkan bahwa 1. harga berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2. kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. 4. Kontribusi variabel Harga, harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 27,4% sedangkan sisanya 72,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN

Toko Petshop R4 Padang merupakan salah satu Petshop terlengkap dan cukup terkenal di Kota Padang yang menjual berbagai macam kebutuhan hewan peliharaan seperti makanan, accessories, snack, shampo dan obat kutu. Selain menjual kebutuhan untuk hewan, Petshop R4 Padang juga tersedia pelayanan praktek yang langsung ditangani oleh dokter hewan dan juga menyediakan jasa grooming, dan penitipan untuk hewan.

Pada pra penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa meskipun Petshop R4 Padang cukup terkenal luas di Kota Padang karena berbagai jasa pelayanan dan produk yang disediakan, namun tingkat pelanggan pada tahun 2021 cenderung mengalami fluktuasi bahkan terjadi penurunan. Berikut dapat dilihat jumlah pelanggan toko *Petshop* R4 Padang setiap bulannya di tahun 2021.

Tabel 1. Jumlah Pelanggan *Petshop*.R4 Padang pada tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	92
2	Febuari	78
3	Maret	73
4	April	66
5	Mei	96
6	Juni	87
7	Juli	99
8	Agustus	107
9	September	97
10	Oktober	166
11	November	151
12	Desember	92
Total pelanggan		1.204 Orang

Sumber: Petshop R4 Padang, 2021

Berdasarkan Tabel 1. di atas terlihat bahwa jumlah pelanggan Petshop R4 Padang pada tahun 2021 menggambarkan penurunan pelanggan toko Petshop R4 Padang pada bulan Januari hingga bulan April, pada bulan Mei mengalami jumlah peningkatan namun pada bulan berikutnya juga mengalami penurunan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah pelanggan toko Petshop R4 Padang mengalami fluktuatif namun cenderung menurun.

Hasil wawancara pada 15 orang pelanggan Petshop R4 Padang dapat dilihat bahwa, ketidakpuasannya terhadap Petshop R4 Padang, hal ini di indikasikan karena kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Petshop R4 Padang belum membuat pelanggan merasa puas. Pemilik Petshop R4 Padang yaitu Ibu Rita juga mengatakan bahwa, sesekali ada

beberapa pelanggan yang mengeluhkan kepadanya perihal kinerja karyawan Petshop R4 Padang dalam memberikan pelayanan yang kurang maksimal kepada pelanggan, seperti terjadinya kesalahan dalam memberikan solusi permasalahan tentang produk yang cocok untuk mengatasi kutu pada hewan peliharaan. Namun berdasarkan hal tersebut pihak Petshop R4 Padang akan memperbaiki kesalahan-kesalahan yang terjadi serta terus berusaha memberikan pelayanan yang sesuai untuk para pelanggan.

Beberapa pelanggan yang penulis wawancarai masih tetap berkunjung dan membeli disana dengan alasan petshop tersebut memiliki beberapa hal unik dari petshop lainnya, Pertama dari segi produk yang lengkap, selain itu pada Petshop R4 Padang ini juga tersedia klinik lengkap untuk pemeriksaan hewan yang tidak dimiliki oleh toko perlengkapan hewan lainnya.

Dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh Petshop R4 Padang yaitu kepuasan pelanggan diberikan kepada pelanggan belum maksimal sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan. Menurut Griffin (2016) menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan sangat berperan penting dalam sebuah bisnis agar upaya perusahaan dalam mencapai keberhasilannya dapat terlaksana dengan baik, pelanggan yang merasa puas atas kinerja produk dan pelayanan yang diterima akan cenderung memiliki loyalitas yang tinggi sehingga pelanggan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara terus menerus.

Penelitian yang dilakukan oleh Gultom, M. & Ngatno, N. (2020) menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Haryoko, (2020) menunjukkan hasil penelitiannya bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh harga kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Peninjauan langsung pada perusahaan yang diteliti untuk memperoleh data primer. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah wawancara, yaitu melakukan penelitian langsung untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dengan melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang terlibat langsung. Kemudian Penelitian Kepustakaan digunakan untuk memperoleh data sekunder dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku, serta literatur-literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti yang berguna sebagai pedoman teoritis pada waktu melakukan penelitian lapangan dan untuk mendukung serta menganalisa data.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengamatan atau Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan dan terlibat langsung dengan kegiatan penelitian sehari-hari yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Kemudian wawancara dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pelanggan serta penyebaran Angket

yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan kepada pelanggan.

Populasi penelitian ini adalah pelanggan Toko R4 *Petshop* Padang pada tahun 2020 sebanyak 1.204 Orang dan diperoleh sampel melalui perhitungan dengan menggunakan rumus slovin sebanyak 92 orang.

1. Uji Validitas Menurut (Ghozali, Imam, 2015:37). Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05. Artinya jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan layak).
2. Uji Reabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat mengumpulkan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Apabila nilai *cronbach alpha* didapatkan $> 0,60$ maka hasil dikatakan reliabel (Ghozali, 2015).

Suatu model regresi dikatakan linier harus melalui uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2015).

1. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dasar pengambilan keputusan nilai $\text{Sig} \geq 0,05$ maka dikatakan berdistribusi normal. Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ maka dikatakan berdistribusi tidak normal.
2. Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variabel*). Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari $>0,10$ dan nilai *VIF* lebih kecil dari $<10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolonieritas.
3. Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Ghozali (2016) salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan uji *glejser*. Uji *glejser* mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%.

Menurut Sugiyono (2012:270) mengemukakan bahwa analisis regresi digunakan oleh peneliti bila ingin mengetahui bagaimana *variable* dependen atau kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau predictor secara individual. Bentuk umum regresi linier berganda adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots\dots\dots(1)$$

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2016: 97).

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Uji t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa besar hubungan satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Sugiyono, 2012).

Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

$H_0 : b = 0$ artinya Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

$H_a : b \neq 0$ artinya Variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent.

Nilai t_{tabel} pada tabel distribusi *student* ditentukan dengan rumus $= t(\alpha/2):(N-k-1)$ kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut :

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig (prob)} < \alpha = 5\%$

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig (prob)} > \alpha = 5\%$

Uji F yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

1. Berdasarkan nilai F_{hitung} , Kriterianya adalah :
 - a. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak (ada pengaruh signifikan).
 - b. jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima (tidak ada pengaruh).
2. Berdasarkan dasar signifikansi, kriterianya adalah :
 - a. Jika signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima.
 - b. Jika signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

1. Uji validitas variabel harga seluruh pernyataan pada variabel harga adalah valid dimana nilai *correlated item total correlation* > 0.205 .
2. Uji validitas variabel kualitas pelayanan seluruh pernyataan pada variabel harga adalah valid dimana nilai *correlated item total correlation* > 0.205 .
3. Uji validitas variabel kepuasan pelanggan seluruh pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan adalah valid dimana nilai *correlated item total correlation* > 0.205 .
4. Uji Validitas variabel Loyalitas pelanggan seluruh pernyataan adalah valid dimana nilai *correlated item total correlation* > 0.205 .

Uji Reliabilitas

Seluruh item yang di gunakan dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *alpha cronbach* > 0.60

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai statistik uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar $0.200 > 0.05$ sehingga dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan Nilai *tolerance* > 0.10 dan *VIF* < 10 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikoleniaritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan dari ketiga variabel independen, nilai signifikansinya > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Hasil Analisis Regresi linear berganda

Tabel 2. Hasil Analisis regresi linear berganda

Coefficientsa			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	36,109	5,735
	Harga	-0,150	0,062
	Kualitas Pelayanan	0,163	0,030
	Kepuasan Pelanggan	0,169	0,091

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v25

Berdasarkan tabel 2 di atas Model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 36,109 - 0,150 X_1 + 0,163 X_2 + 0,169 X_3 + e$$

1. Konstanta sebesar 36,109 artinya jika tidak ada harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ($x_1, x_2, x_3 = 0$) maka nilai loyalitas pelanggan akan naik sebesar konstanta yaitu 36,109 satuan.
2. Koefisien harga sebesar -0,150 koefisien bernilai negatif artinya harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan dimana jika harga naik satu satuan maka loyalitas pelanggan turun sebesar 0,150 satuan bila variabel independen lainnya konstan.
3. Koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0.163 koefisien bernilai positif artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dimana jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka loyalitas pelanggan akan naik sebesar 0.163 satuan.
4. Koefisien variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.169 koefisien bernilai positif artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dimana jika kepuasan pelanggan naik satu satuan maka loyalitas pelanggan akan turun naik sebesar 0.169 satuan.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model Summaryb				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,546a	0,298	0,274	3,987

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v25

Berdasarkan tabel 3 di atas nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh *Adjusted R Square* sebesar 0,274. Hal ini berarti kontribusi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 27,4% sedangkan sisanya 72,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil uji hipotesis t

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	6,297	0,000
	Harga	-2,424	0,017
	Kualitas Pelayanan	5,375	0,000
	Kepuasan Pelanggan	1,853	0,067

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v25

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil uji Hipotesis F

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	594,651	3	198,217	12,473	,000b
	Residual	1398,512	88	15,892		
	Total	1993,163	91			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v25

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa Harga, kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga Harga berpengaruh negatif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko R4 Petshop Padang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh oleh Zatalini (2022) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Harga berpengaruh negatif signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Wirti (2021). Hasil penelitian menunjukkan Harga berpengaruh negatif signifikan terhadap Loyalitas. Menurut *Kotler & Armstrong* (2015:255) Harga dapat dikategorikan sebagai suatu senjata yang strategis untuk berkompetisi dengan para pesaing. Karena peran Harga sangat menentukan keinginan Pelanggan tersebut sehingga dengan Harga akan tercapai suatu Loyalitas tersendiri bagi Pelanggan. Menurut *Andreas*, (2017:49-58) menyatakan pelanggan

cenderung mempertimbangkan hubungan antara harga dengan harapan hingga terbentuknya loyalitas pelanggan. Pelanggan membandingkan antara harga yang ditawarkan dengan pengalaman sebelumnya atau harapan yang sesungguhnya diterima pelanggan. Harga dan harapan pelanggan harus sesuai dengan kinerja produk atau jasa yang mereka beli sehingga kepuasan pelanggan terjadi dan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko R4 Petshop Padang. Hasil penelitian ini didukung oleh Penelitian Al'asqolaini, M. Z. (2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Atmaja, J. (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Kemudian penelitian Juniantara (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan puas atau tidak perasaan pelanggan dalam pelayanan, yang dimulai dari Loyalitas para pelanggan atau konsumen. Saputri, (2019). Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan pada pelanggan (Gaspersz, 2015).

Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Putri, Tumbel & Djemly (2021). diperoleh hasil bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Lantuka, dan Repi. (2017). Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa Loyalitas dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepuasan pelanggan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan..

Pengaruh Harga Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, tingginya kepuasan pelanggan, serta memiliki harga terjangkau, maka timbul rasa puas pada diri pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mandey, L.S. dan Repi, L.A. (2017) menyatakan bahwa Loyalitas dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan. Umar, & Husna, N. (2021). variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dasriwahyuni & Firdaus (2020). Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Saputri, R (2019). Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh Semangat Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Toko Ras Jaya Tekstil maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh antara Semangat Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Toko Ras Jaya Tekstil Kota Padang . Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan SPSS 25 .0 yang mana diperoleh t_{hitung} sebesar $2,313 < 2 .052$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima . Nilai t_{hitung} positif, artinya semakin tinggi semangat kerja maka akan semakin tinggi pula tingkat kinerja karyawan . Dapat disimpulkan bahwasanya Semangat Kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan Toko Ras Jaya Tekstil Kota Padang.
2. Adapun pengaruh antara Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Toko Ras Jaya Tekstil Kota Padang . Hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan SPSS 25 .0 yang mana diperoleh menunjukkan nilai t_{hitung} 3 .577, dengan menggunakan signifikan alfa 0,05 diperoleh hasil untuk t_{tabel} sebesar 2 .052 . perbandingan t_{hitung} sebesar $3 .577 < 2 .052$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima . t_{hitung} positif, artinya semakin tinggi disiplin kerja maka semakin tinggi pula tingkat kinerja karyawan . Dapat disimpulkan bahwa Disiplin Kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan Toko Ras Jaya Tekstil Kota Padang.
3. Adapun pengaruh Semangat Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Toko Ras Jaya Tekstil secara bersamaan . Hal ini dapat dibuktikan dari hasil olahan data melalui program SPSS 25 .0 . hasil nilai F_{hitung} 6 .509, dengan menggunakan signifikan alfa 0,05 diperoleh hasil untuk F_{tabel} sebesar 3 .35 . Perbandingan F_{hitung} sebesar $6 .509 > 3 .35$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima . Artinya semakin tinggi semangat kerja dan disiplin kerja maka semakin tinggi pula tingkat kinerja karyawan . Dapat disimpulkan bahwa Semangat Kerja dan Disiplin Kerja secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan Toko Ras Jaya Tekstil Kota Padang . Dengan perbandingan nilai *R Square* sebesar 0,141 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,078 . Artinya kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh Semangat Kerja dan Disiplin Kerja sebesar 14,1 % . Dengan kata lain Semangat Kerja dan Disiplin Kerja secara bersama-sama mempengaruhi Kinerja Karyawan Toko Ras Jaya Tesktil Kota Padang.

REFERENSI

- A. A. Anwar Prabu Mangkunegara . (2016) . Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, PT . Remaja Rosdakarya . Bandung.
- Agussalim Manguluang, (2017) . *Statistik*, Ekasakti-press, Padang.
- Agussalim, M ., & Hadya, R . (2021) . Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Dan Promosi Jabatan Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pada Poltekkes Kementerian Kesehatan Ri Padang . *Matua Jurnal*, 3(3), 511-522.
- Busro, Muhammad . (2018) . *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manajemen* . Vol1 .

Jakarta Prenadamedia Group.

- Fitri, Y. R. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt . Semen Padang . *Matua Jurnal*, 3(1), 197-207.
- Jailani, R. W. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt . Elang Perkasa Motor Padang . *Matua Jurnal*, 2(2), 334-345 .
- Moehariono . (2012) . Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi . Jakarta: Raja Grafindo Persada .
- Syahropi, I ., & Kasmiruddin, K . (2016) . Pengaruh Semangat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt . Bangkinang Di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Karyawan Tetap Pt . Bangkinang)(Doctoral dissertation, Riau University) .
- Yanti, N . (2021) . Pengaruh Gaji dan Semangat Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan PT Karya Empat Pilar . *Matua Jurnal*, 3(2), 393-402 .
- Yanti, S ., & Yanti, N . (2020) . Pengaruh Perilaku Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Pada Premier Basko Hotel Padang . *Matua Jurnal*, 2(4), 371-380.