

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Jersey Sport Java

Jersey Sport Java adalah toko *online* yang menjual berbagai macam perlengkapan olahraga seperti jersey, kaus kaki olahraga, celana training dan perlengkapan olahraga lainnya, untuk pria dan wanita khususnya untuk pria. Pemasaran dilakukan secara *online* yang menggunakan *e-commerce* Shopee. Usaha ini berawal dari seorang pria yang bekerja menjadi admin online disalah satu toko temannya, lalu memiliki ide untuk membuka usahanya sendiri.

Jersey Sport Java di rintis di Rawapanjang, Bekasi Timur oleh seorang pria bernama Ferdinal Suherman yang saat itu berusia 21 tahun. Berbekal dengan pengetahuan dan keahliannya mengelola *e-commerce* shopee yang didapat dari mengelola toko temannya saat itu, kini setelah 4 tahun bergabung dengan shopee, Jersey Sport Java sudah memiliki 18.000 pengikut di akun shopee nya, memiliki 30 *dropshipper* dan *reselle* dan mendapat banyak pesanan setiap harinya dan telah melakukan pengiriman ke seluruh kota di Indonesia. Berikut profil dari toko online shopeenya :

Gambar 4. 1
Profil Akun Shopee Jersey Sport Java



Sumber: Hasil wawancara Jersey Sport Java

Dalam menjalankan usahanya Jersey Sport Java secara konsisten berupaya memberikan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan senantiasa memberikan harga yang sesuai, menjaga kualitas pelayanan dan memberikan promosi kepada pelanggannya, sehingga loyalitas pelanggan pada Jersey Sport Java dapat terjaga dengan baik.

4.1.2 Visi dan Misi Jersey Sport Java

1. Visi :

Menjadi toko online penyedia perlengkapan olahraga yang selalu dituju oleh konsumen yang ingin berbelanja dengan harga terjangkau dengan kualitas yang bagus, dan membuat pelanggan loyal.

2. Misi :

1. Memberikan pelayanan yang terbaik dan inovatif.
2. Memberikan pelayanan yang cepat dan sesuai dengan harapan konsumen.
3. Menjaga kepercayaan dan loyalitas
4. Menjadikan kebutuhan pelanggan sebagai prioritas kami.
5. Menjamin kepuasan pelanggan dengan pelayanan dan kualitas yang kami berikan.

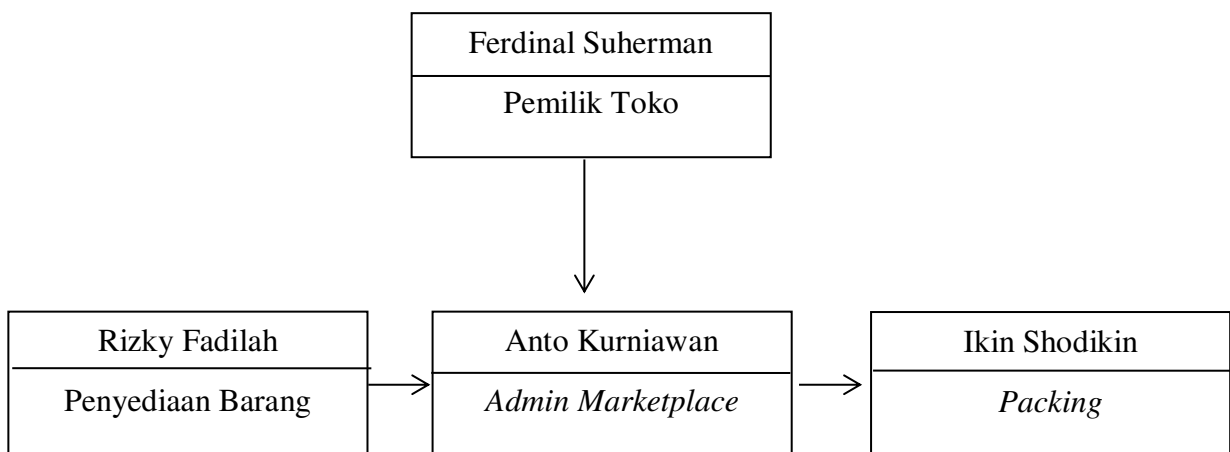
4.1.3 Lokasi Jersey Sport Java

Lokasi Jersey Sport Java yaitu berada di Kp. Rawapanjang Rt.02 Rw.05 Kec. Rawalumbu Kel. Sepanjang Jaya, Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat 17114.

4.1.4 Struktur Organisasi Jersey Sport Java

Agar suatu organisasi tercapai, maka dalam suatu usaha diperlukan organisasi yang baik untuk mendapatkan suatu gambaran rencana tentang sekelompok orang yang mengadakan kerjasama dengan pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang yang jelas. Adapun struktur organisasi dan job deskripsi Jersey Sport Java adalah sebagai berikut :

Gambar 4. 2
Struktur Organisasi Jersey Sport Java



Pada gambar 4.2 menggambarkan hubungan kerja sama tim Jersey Sport Java untuk mencapai tujuan bersama dengan tanggung jawab sebagai berikut:

Pemilik usaha: mengatur, mengola usaha dan mengontrol usaha meliputi order barang ke konveksi dan ikut melayani *customer*.

Admin marketplace: membalas chat dari customer, melayani pembelian dan menangani keluhan *customer* dan membuat konten pemasaran.

Penyediaan barang: memastikan ketersediaan stock barang, mengontrol stock barang, membuat laporan ketersediaan barang.

Packing: mengemas produk pesanan dengan tepat dan aman.

Sumber: hasil wawancara dan data *internal* Jersey Sport Java

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Profil Responden

Jumlah Responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini sebanyak 100 orang pelanggan yang mengikuti akun shopee Jersey Sport Java.

4.2.1.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan data tabular yang disediakan dalam lampiran, tabel berikut menunjukkan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin untuk pelanggan Jersey Sport Java.

Tabel 4. 1
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	69	69,0	69,0	69,0
	Perempuan	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data kuesioner telah diolah tahun 2022

Dari tabel 4.1 diatas dapat dijelaskan bahwa profil responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki – laki dengan jumlah 69 orang dengan persentase 69% dibandingkan dengan jumlah perempuan sebanyak 31 orang dengan persentase 31%.

4.2.1.2 Usia Responden

Tabel berikut menunjukkan sebaran responden pelanggan jersey sport Java menurut umur berdasarkan hasil pengolahan data.

Tabel 4. 2
Profil Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<17 Tahun	3	3,0	3,0	3,0
	> 34	2	2,0	2,0	5,0
	17 - 22	57	57,0	57,0	62,0
	23 - 28	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data kuesioner telah diolah tahun 2022

Dari tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa profil responden berdasarkan usia di dominasi oleh yang berusia 17 - 22 tahun sebanyak 57 orang dengan presentase 57%, responden yang berusia 23 – 28 tahun sebanyak 38 dengan persentase 38%, reponden yang berusia < 17 tahun sebanyak 3 orang dengan presentase 3% dan responden paling sedikit adalah berusia >34 tahun, yaitu sebanyak 2 orang dengan persentase 2%,

4.2.1.3 Pekerjaan Responden

Tabel 4. 3
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	2	2,0	2,0	2,0
	Karyawan	27	27,0	27,0	29,0
	Mahasiswa/I atau Pelajar	67	67,0	67,0	96,0
	Wirausaha	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data kuesioner telah diolah tahun 2022

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa profil responden berdasarkan pekerjaan di dominasi oleh mahasiswa/i atau pelajar yaitu sebanyak 67 orang dengan presentase 67%, karyawan sebanyak 27 orang dengan presentase 27%,

dan wirausaha sebanyak 4 orang dengan presentase 4%, dan ibu rumah tangga sebanyak 2 orang dengan presentase 2%.

4.2.1.4 Pendapatan Responden

Tabel 4. 4
Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

		Pendapatan		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	< Rp. 1000.000	38	38,0	38,0	38,0
	> Rp. 3.000.000	17	17,0	17,0	55,0
	Rp. 1.000.000 - Rp 2.000.000	30	30,0	30,0	85,0
	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data kuesioner telah diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa profil responden berdasarkan pendapatan didominasi oleh pelanggan yang memiliki pendapatan < Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 38 orang dengan presentase 38%, pelanggan dengan pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 30 orang dengan presentase 30%, 2.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 15 orang dengan presentase 15% dan terakhir yaitu pelanggan dengan pendapatan > Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 17 orang dengan presentase 17%.

4.2.2 Uji Validitas

1.2.2.1 Uji Validitas Harga (HR)

Uji validitas kuesioner Harga dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan $df = n-2$. Dalam penelitian ini menguji 50 responden dengan $df = 50 - 2 = 48$ dan $\alpha = 0,05$ maka didapat r tabel dua arah sebesar

0,2787. Jika r hitung masing-masing item pernyataan lebih besar dari r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Analisis penelitian ini dapat dilihat dalam hasil perhitungan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5
Output Uji Validitas Harga

	Item-Total Statistics				Keterangan
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
HR_1	30,78	8,379	,359	,774	Valid
HR_2	30,96	7,509	,499	,753	Valid
HR_3	30,96	7,509	,465	,760	Valid
HR_4	30,94	8,058	,391	,770	Valid
HR_5	30,86	7,756	,532	,750	Valid
HR_6	31,00	7,551	,494	,754	Valid
HR_7	30,92	7,218	,587	,738	Valid
HR_8	31,10	7,071	,538	,747	Valid

Sumber: Output data SPSS 2022

Berdasarkan uji validasi pada Tabel 4.5, variabel harga yang terdiri dari 8 pernyataan di atas dinyatakan valid dan semua nilai pada *correlated item – total correlation* (r hitung $>$ r tabel) menunjukkan bahwa persyaratan valid terpenuhi . Untuk informasi lebih lanjut dapat dilihat pada keterangan berikut:

- a) Pernyataan HR.1 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,359 ($0,359 > 0,2787$)
- b) Pernyataan HR.2 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,499 ($0,499 > 0,2787$)
- c) Pernyataan HR.3 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0, 465 ($0, 465 > 0,2787$)
- d) Pernyataan HR.4 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,391 ($0,391 > 0,2787$)

- e) Pernyataan HR.5 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,532 ($0,532 > 0,2787$)
- f) Pernyataan HR.6 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,494 ($0,494 > 0,2787$)
- g) Pernyataan HR.7 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,587 ($0,587 > 0,2787$)
- h) Pernyataan HR.8 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,538 ($0,538 > 0,2787$)

1.2.2.2 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (KP)

Uji validitas kuesioner Kualitas Pelayanan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan $df = n-2$. Dalam penelitian ini menguji 50 responden dengan $df = 50 - 2 = 48$ dan $\alpha = 0,05$ maka didapat r tabel dua arah sebesar 0,2787. Jika r hitung masing-masing item pernyataan lebih besar dari r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Analisis penelitian ini dapat dilihat dalam hasil perhitungan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 6
Output Uji Validitas Kualitas Pelayanan

	Item-Total Statistics				Keterangan
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
KP_1	25,68	6,181	,482	,718	Valid
KP_2	25,58	6,126	,593	,695	Valid
KP_3	25,76	6,309	,548	,706	Valid
KP_4	25,68	7,324	,290	,753	Valid
KP_5	25,82	6,804	,400	,735	Valid
KP_6	25,56	5,925	,667	,679	Valid
KP_7	25,92	5,708	,392	,759	Valid

Sumber: Output data SPSS 2022

Berdasarkan uji validasi pada Tabel 4.6, variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 7 pernyataan di atas dinyatakan valid dan semua nilai pada *correlated item – total correlation* (r hitung $>$ r tabel) menunjukkan bahwa persyaratan valid terpenuhi. Untuk informasi lebih lanjut dapat dilihat pada keterangan berikut:

- a) Pernyataan KP.1 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,482 ($0,482 > 0,2787$)
- b) Pernyataan KP.2 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,593 ($0,593 > 0,2787$)
- c) Pernyataan KP.3 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,548 ($0,548 > 0,2787$)
- d) Pernyataan KP.4 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,290 ($0,290 > 0,2787$)
- e) Pernyataan KP.5 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,400 ($0,400 > 0,2787$)
- f) Pernyataan KP.6 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,667 ($0,667 > 0,2787$)
- g) Pernyataan KP.7 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,392 ($0,392 > 0,2787$)

1.2.2.3 Uji Validitas Promosi (PR)

Uji validitas kuesioner Kualitas Pelayanan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan $df = n-2$. Dalam penelitian ini menguji 50 responden dengan $df = 50 - 2 = 48$ dan $\alpha = 0,05$ maka didapat r tabel dua arah sebesar 0,2787. Jika r hitung masing-masing item pernyataan lebih besar dari r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Analisis penelitian ini dapat dilihat dalam hasil perhitungan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 7
Output Uji Validitas Promosi

	Item-Total Statistics				Keterangan
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
PR_1	31,58	19,555	,421	,803	Valid
PR_2	31,72	18,940	,341	,820	Valid
PR_3	31,50	18,214	,628	,779	Valid
PR_4	31,40	19,265	,551	,790	Valid
PR_5	31,52	18,908	,554	,788	Valid
PR_6	31,60	18,408	,593	,783	Valid
PR_7	31,40	19,061	,507	,793	Valid
PR_8	31,46	18,213	,629	,778	Valid
PR_9	31,66	17,658	,471	,802	Valid

Sumber: Output data SPSS 2022

Berdasarkan uji validasi pada Tabel 4.7, variabel promosi yang terdiri dari 9 pernyataan di atas dinyatakan valid dan semua nilai pada *correlated item – total correlation* (r hitung $>$ r tabel) menunjukkan bahwa persyaratan valid terpenuhi.

Untuk informasi lebih lanjut dapat dilihat pada keterangan berikut:

- a) Pernyataan PR.1 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,421 ($0,421 > 0,2787$)
- b) Pernyataan PR.2 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,341 ($0,341 > 0,2787$)
- c) Pernyataan PR.3 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,628 ($0,628 > 0,2787$)
- d) Pernyataan PR.4 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,551 ($0,551 > 0,2787$)
- e) Pernyataan PR.5 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,554 ($0,554 > 0,2787$)
- f) Pernyataan PR.6 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,593 ($0,593 > 0,2787$)

- g) Pernyataan PR.7 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,507 ($0,507 > 0,2787$)
- h) Pernyataan PR.8 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,629 ($0,629 > 0,2787$)
- i) Pernyataan PR.9 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,471 ($0,471 > 0,2787$)

4.2.2.4 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (LP)

Uji validitas kuesioner Loyalitas Pelanggan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan $df = n-2$. Dalam penelitian ini menguji 50 responden dengan $df = 50 - 2 = 48$ dan $\alpha = 0,05$ maka didapat r tabel dua arah sebesar 0,2787. Jika r hitung masing-masing item pernyataan lebih besar dari r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Analisis penelitian ini dapat dilihat dalam hasil perhitungan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 8
Output Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

	Item-Total Statistics				Keterangan
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
LP_1	12,20	3,714	,481	,792	Valid
LP_2	12,10	3,235	,594	,741	Valid
LP_3	12,34	3,086	,676	,699	Valid
LP_4	12,20	2,939	,654	,710	Valid

Sumber: Output data SPSS 2022

Berdasarkan uji validasi pada Tabel 4.7, variabel loyalitas pelanggan yang terdiri dari 4 pernyataan di atas dinyatakan valid dan semua nilai pada *correlated item – total correlation* (r hitung $>$ r tabel) menunjukkan bahwa persyaratan valid terpenuhi. Untuk informasi lebih lanjut dapat dilihat pada keterangan berikut:

- a) Pernyataan LP.1 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,481 ($0,481 > 0,2787$)
- b) Pernyataan LP.2 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,594 ($0,594 > 0,2787$)
- c) Pernyataan LP.3 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,676 ($0,676 > 0,2787$)
- d) Pernyataan LP.4 memiliki nilai *correlated item – total correlation* sebesar 0,654 ($0,654 > 0,2787$)

4.2.3 Uji Reliabilitas

Berikut hasil dari uji reliabilitas berdasarkan perhitungan SPSS dapat yang disajikan pada tabel dibawah ini:

4.2.3.1 Uji Reliabilitas Harga (X1)

Tabel 4. 9

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.780	8

Sumber: Output data SPSS 2022

Dilihat dari hasil tabel 4.8 tersebut menunjukkan bahwa *indicator* variabel harga mempunyai koefisien alpha $0,780 > 0,700$ sehingga data tersebut dikatakan reliabel.

4.2.3.2 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4. 10

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.752	7

Sumber: Output data SPSS 2022

Dilihat dari hasil tabel 4.10 tersebut menunjukkan bahwa *indicator* variabel kualitas pelayanan mempunyai koefisien alpha $0,752 > 0,700$ sehingga data tersebut dikatakan reliabel.

4.2.3.3 Uji Reliabilitas Promosi (X3)

Tabel 4. 11

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.812	9

Sumber: Output data SPSS 2022

Dilihat dari hasil tabel 4.11 tersebut menunjukkan bahwa *indicator* variabel promosi mempunyai koefisien alpha $0,812 > 0,700$ sehingga data tersebut dikatakan reliabel.

4.2.3.4 Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 4. 12

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.790	6

Sumber: Output data SPSS 2022

Dilihat dari hasil tabel 4.12 tersebut menunjukkan bahwa *indicator* variabel loyalitas pelanggan mempunyai koefisien alpha $0,790 > 0,700$ sehingga data tersebut dapat dikatakan reliabel.

4.2.4 Statistika Deskriptif

Dalam penelitian peneliti menggunakan statistika deskriptif untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan dan akan melihat nilai rata-rata (mean) untuk menarik kesimpulan. Dalam kuisiner ini penulis mengkategorikan pernyataan responden ke dalam 5 kategori yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS),

Tidak Setuju (TS), Cukup (C), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dengan masing-masing skor 1,2,3,4,5.

Untuk hasil penelitian frekuensi jawaban responden untuk masing-masing pertanyaan pada setiap variabel yang ada dalam kuesioner penelitian, yaitu Harga (HR), Kualitas Pelayanan (KP), dan Promosi (PR) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) dapat dilihat pada sub bab berikut ini.

4.2.4.1 Statistika Deskriptif Variabel Harga (HR)

Variabel harga terdiri dari 8 pernyataan. Data tanggapan responden diukur dengan menggunakan lima instrumen yang digunakan untuk mengukur partisipasi dalam skala 1 sampai 5. Pada tabel berikut maksud dari HR.1 sampai HR.8 merupakan pernyataan dalam kuesioner pada variabel harga. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4. 3
Distribusi Jawaban Variabel Harga (HR)

NO.	Pernyataan	Frekuensi dan Presentase Jawaban					Total	Rata - Rata	
		STS	ST	C	S	SS			
Keterjangkauan Harga									
1.	Harga Produk Jersey Sport bervariasi sesuai dengan jenis produk.	F	0	0	3	40	57	100	4,54
		%	0%	0%	3%	40%	57%	100%	
2.	Saya tidak merasa keberatan dengan harga produk di Jersey Sport Java karena sesuai dengan kemampuan saya untuk membeli.	F	0	1	5	52	42	100	4,35
		%	0%	1%	5%	52%	42%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Keterjangkauan Harga								4,45	
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk/Jasa									
3.	Saya merasa harga yang saya bayar untuk membeli produk Jersey Sport Java sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan	F	0	1	5	48	46	100	4,39
		%	1%	1%	5%	48%	46%	100%	
4.	Kualitas produk Jersey Sport Java sangat baik dengan harga yang terjangkau.	F	0	0	7	48	45	100	4,38
		%	0%	0%	7%	48%	45%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk/Jasa								4,39	
Daya Saing Harga									
5.	Harga produk Jersey Sport Java dapat bersaing dengan toko perlengkapan olahraga lain.	F	0	0	5	50	45	100	4,4
		%	0%	0%	5%	50%	45%	100%	
6.	Harga produk Jersey Sport Java lebih murah dari toko perlengkapan olahraga lainnya	F	0	1	12	45	42	100	4,28
		%	0%	1%	12%	45%	42%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Daya Saing Harga								4,34	
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat									
7.	Harga produk Jersey Sport Java sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	F	0	0	8	47	45	100	4,37
		%	0%	0%	8%	47%	45%	100%	
8.	Saya merasa harga yang diberikan cukup terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan .	F	0	1	9	46	44	100	4,33
		%	0%	1%	9%	46%	44%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat								4,35	

Sumber: Output *Microsoft Excel* 2022

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa jawaban 100 responden mengenai harga. Berdasarkan olah data dari *Microsoft excel* hasil dari rata-rata jawaban responden 4,4 dominan responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa menurut responden harga yang ditawarkan oleh Jersey Sport Java sangat baik karena terjangkau, sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, dapat bersaing dan harganya sesuai dengan manfaat yang diberikan dengan kata lain kriteria tersebut membuat membuat jawaban responden dominan setuju.

4.2.4.2 Statistika Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (KP)

Variabel harga terdiri dari 7 pernyataan. Data tanggapan responden diukur dengan menggunakan lima instrumen yang digunakan untuk mengukur partisipasi dalam skala 1 sampai 5. Pada tabel berikut maksud dari KP.1 sampai KP.7 merupakan pernyataan dalam kuesioner pada variabel kualitas pelayanan. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4. 4

Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (KP)

No.	Pernyataan	Frekuensi dan Presentase Jawaban					Total	Rata - Rata	
		F	ST	C	S	SS			
Bukti Fisik									
1	Jersey Sport Java menyediakan produk yang lengkap.	F	0	0	12	43	45	100	4,33
		%	0%	0%	12%	43%	45%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Bukti Fisik								4,33	
Kehandalan									
2	Karyawan Jersey Sport Java ramah terhadap pelanggan.	F	0	0	8	42	50	100	4,42
		%	0%	0%	8%	42%	50%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Kehandalan								4,42	
Daya Tanggap									
3	Jersey Sport Java cekatan dalam menangani kebutuhan saya.	F	0	1	9	49	41	100	4,3
		%	0%	1%	9%	49%	41%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Daya Tanggap								4,30	
Jaminan									
4	Jaminan keamanan berbelanja di Jersey Sport Java sudah sesuai harapan	F	0	0	4	63	33	100	4,29
		%	0%	0%	4%	63%	33%	100%	
5	Penanganan keluhan diberikan dengan baik	F	0	0	7	64	29	100	4,22
		%	0%	0%	7%	64%	29%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Jaminan								4,26	
Empati									
6	Jersey Sport Java mengutamakan kepentingan pelanggan.	F	0	1	3	44	52	100	4,47
		%	0%	1%	3%	44%	52%	100%	
7	Jersey Sport Java memberikan perhatian kepada pelanggan	F	0	1	9	53	37	100	4,26
		%	1%	2%	9%	50%	37%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Empati								4,37	

Sumber: *Output Microsoft Excel 2022*

Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa jawaban 100 responden mengenai harga. Berdasarkan olahan data dari *Microsoft excel* hasil dari rata-rata jawaban responden 4,3 dominan responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Jersey Sport Java dilakukan dengan baik sehingga banyak pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan Jersey Sport Java dan membuat jawaban responden dominan setuju.

4.2.4.3 Statistika Deskriptif Variabel Promosi (PR)

Variabel harga terdiri dari 9 pernyataan. Data tanggapan responden diukur dengan menggunakan lima instrumen yang digunakan untuk mengukur partisipasi dalam skala 1 sampai 5. Pada tabel berikut maksud dari PR.1 sampai PR.9 merupakan pernyataan dalam kuesioner pada variabel promosi. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4. 5
Distribusi Jawaban Variabel Promosi (PR)

No.	Pernyataan	Frekuensi dan Presentase Jawaban					Total	Rata - Rata	
		F	STS	ST	C	S			SS
Frekuensi Promosi									
1.	Saya mengetahui dan membeli produk Jersey Sport Java karena promosi yang dilakukannya	F	0	0	4	63	33	100	4,29
		%	1%	1%	18%	41%	39%	100%	
2.	Saya selalu membeli produk Jersey Sport Java karena Jersey Sport Java sering melakukan promosi melalui shopee dan media sosial	F	0	12	14	39	35	100	3,97
		%	0%	13%	14%	39%	35%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Frekuensi Promosi								4,13	
Kualitas Promosi									
3.	Saya selalu membeli produk Jersey Sport Java karena promosi yang dilakukan menarik.	F	0	3	21	45	31	100	4,04
		%	0%	3%	21%	45%	31%	100%	
4.	Saya selalu membeli produk Jersey Sport Java karena promosinya sangat menguntungkan, salah satunya yaitu terdapat harga khusus	F	0	3	14	58	25	100	4,05
		%	0%	3%	14%	58%	25%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Kualitas Promosi								4,05	
Kuantitas Promosi									
5.	Promosi yang dilakukan mampu menjelaskan fungsi produk.	F	0	8	9	51	32	100	4,07
		%	0%	8%	9%	51%	32%	100%	
6.	Promosi yang dilakukan sudah sesuai dengan target pasar hingga saya tertarik untuk selalu membeli.	F	1	1	17	52	29	100	4,07
		%	1%	1%	17%	52%	29%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Kuantitas Promosi								4,07	
Waktu Promosi									
7.	Jersey Sport Java selalu melakukan promosi <i>big sale</i> pada hari – hari besar atau <i>even</i> tertentu.	F	0	2	13	45	40	100	4,23
		%	0%	2%	13%	45%	40%	100%	
8.	Terdapat promosi produk dengan potongan harga yang berlaku sampai batas waktu tertentu dan dengan syarat dan ketentuan yang	F	0	2	14	51	33	100	4,15
		%	0%	2%	14%	51%	33%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Waktu Promosi								4,19	
Ketepatan dan kesesuaian sasaran promosi									
9	Promosi yang dilakukan Jersey Sport Java membuat saya tergerak untuk segera membeli.	F	3	4	15	46	32	100	4
		%	3%	4%	15%	46%	32%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator Waktu Promosi								4,00	

Sumber: *Output Microsoft Excel 2022*

Berdasarkan gambar 4.5 menunjukkan bahwa jawaban 100 responden mengenai harga. Berdasarkan olahan data dari *Microsoft excel* hasil dari rata-rata jawaban responden 4,1 dominan responden menjawab setuju. Hal ini promosi yang dilakukan Jersey Sport Java baik sehingga jawaban responden dominan setuju.

4.2.4.4 Statistika Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (LP)

Variabel harga terdiri dari 6 pernyataan. Data tanggapan responden diukur dengan menggunakan lima instrumen yang digunakan untuk mengukur partisipasi dalam skala 1 sampai 5. Pada tabel berikut maksud dari LP.1 sampai LP.4 merupakan pernyataan dalam kuesioner pada variabel loyalitas pelanggan. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4. 6
Distribusi Jawaban Variabel Promosi (LP)

No.	Pernyataan	Frekuensi dan Presentase Jawaban					Total	Rata - Rata	
		F	STS	ST	C	S			SS
Repeat purchase									
1.	Saya akan tetap membeli perlengkapan olahraga di Jersey Sport Java.	F	0	1	16	55	28	100	4,1
		%	0%	2%	20%	44%	34%	100%	
2.	Saya akan membeli produk lainnya pada Jersey Sport Java .	F	0	4	10	52	34	100	4,16
		%	0%	4%	10%	52%	34%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator <i>Repeat Purchase</i>								4,13	
Retention									
3	Meskipun ada toko lain yang menyediakan produk yang sama, saya akan tetap membeli di Jersey Sport Java	F	0	4	19	48	29	100	4,02
		%	0%	4%	19%	48%	29%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator <i>Retention</i>								4,02	
Referalls									
4	Saya akan merekomendasikan toko Jersey Sport Java kepada teman-teman dan keluarga saya jika ingin membeli perlengkapan	F	0	3	12	53	32	100	4,14
		%	0%	3%	12%	53%	32%	100%	
Total Nilai Rata - Rata Indikator <i>Referalls</i>								4,14	

Sumber: *Output Microsoft Excel 2022*

Berdasarkan gambar 4.6 menunjukkan bahwa jawaban 100 responden mengenai harga. Berdasarkan olahan data dari *Microsoft excel* hasil dari rata-rata jawaban responden 4,0 dominan responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan Jersey Sport Java baik karena dominan jawaban reponden adalah setuju.

4.2.5 Uji Asumsi Klasik

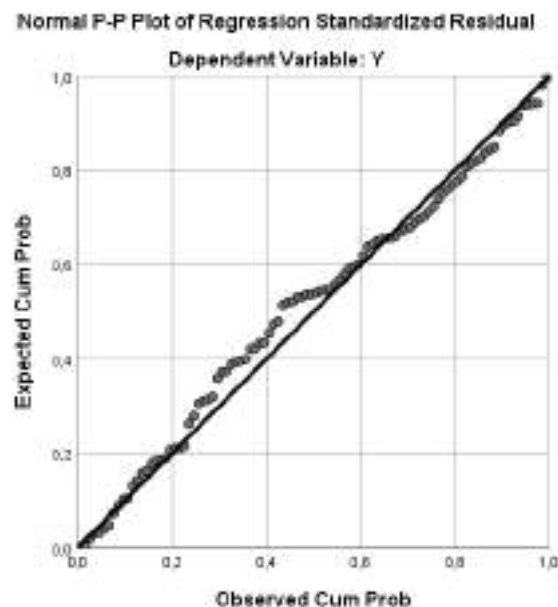
Uji asumsi klasik dilakukan agar statistik atau koefisien yang dihasilkan benar-benar dapat dipertanggung jawabkan atau perkiraan parameter yang akurat.

4.2.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Berikut adalah Uji Normalitas dalam penelitian ini:

Gambar 4. 7

Analisis P-Plot Hasil Uji Normalitas



Sumber: *Output Microsoft Excel 2022*

Berdasarkan gambar diatas pada gambar 4.3 terlihat bahwa titik-titik tersebut mendekati garis diagonal. Jika data residual berdistribusi normal, maka garis yang mewakili data sebenarnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dari sini maka dapat disimpulkan bahwa data yang baik dan residual data berdistribusi normal. Pengujian normalitas residual berikutnya dengan menggunakan uji statistik dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov test*, dengan melihat nilai *Assym.Sig. (2-tailed)* nya yang dapat dilihat pada tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Normalitas Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap
Loyalitas Pelanggan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,74501796
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,037
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,080 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Output* SPSS diolah tahun 2022

Berdasarkan probabilitas jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_1 diterima dan jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Dari hasil tabel diatas terlihat bahwa nilai *Assymp.sig. (2-tailed)* sebesar $0,80 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa residual data berdistribusi normal. Dengan demikian uji normalitas residual yang dilakukan dengan analisis grafik maupun uji dengan *Kolmogorov-Smirnov Z*, dapat disimpulkan bahwa kedua metode ini menunjukkan kearah hasil yang baik dan dengan demikian residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.2.5.2 Uji Multikolinearitas

Digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala hubungan antar variabel bebas yaitu harga, kualitas pelayanan dan promosi. Uji Multikolinearitas perlu dilakukan karena jumlah variabel independen dalam penelitian ini lebih dari satu.

Hal ini tampak pada nilai *Tolerance* dan *Variance Inflationary Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	,585	1,710
X2	,560	1,785
X3	,790	1,266

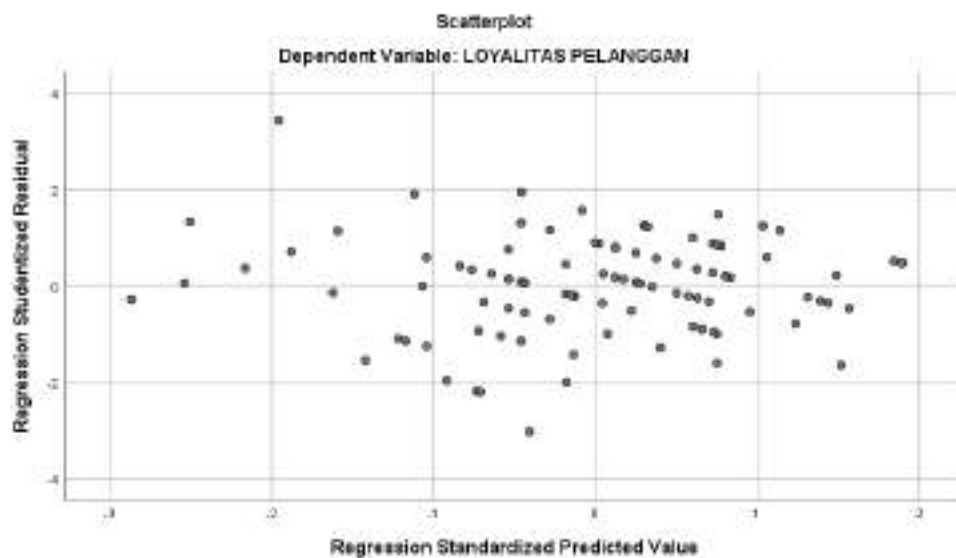
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
Sumber: Output SPSS diolah tahun 2022

Dari table 4.14 diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* seluruh variabel independen yaitu harga sebesar $0,585 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,710$, kualitas pelayanan sebesar $0,560 > 0,10$ dan promosi sebesar $0,790 > 0,10$ dan nilai VIF dari harga sebesar $1,710 < 10$, kualitas pelayanan $1,785 < 10$ dan promosi $1,266 < 10$. Sehingga dapat dikatakan ke tiga variabel tersebut regresi bebas dari multikolinieritas dan dapat disimpulkan bahwa semua element pada varibel yang digunakan pada penelitian ini tidak mempunyai masalah multikolinieritas.

4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini di uji heteroskedastisitas untuk mendeteksi ada atau tidaknya pengaruh heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada gambar *scatterplot* berikut:

Gambar 4. 8
Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Output SPSS diolah tahun 2022

Berdasarkan gambar 4.8 terlihat titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu baik diatas maupun dibawah nol pada sumbu Y, maka hasil dari uji tersebut pada model regresi tidak menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas dan data layak digunakan dalam penelitian. Selain menggunakan analisis grafik uji heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan uji glejser. Kriteria uji glejser ini adalah jika nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau lebih dari 0,05, maka dapat dinyatakan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Berikut ini dapat dilihat output heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser:

Tabel 4. 15
Hasil Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,746	1,137		3,295	,001	
	HARGA	-,089	,039	-,297	-2,264	,026	
	KUALITAS PELAYANAN	,041	,043	,128	,966	,337	
	PROMOSI	-,017	,025	-,078	-,679	,499	

a. Dependent Variable: ABS_RES
Sumber: Output SPSS diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil dari tabel 4.15 uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser menyatakan bahwa tidak terdapat adanya heteroskedastisitas pada variabel disiplin kerja dan budaya organisasi. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung pada kedua variabel tersebut. Nilai sig dari ketiga variabel $> 0,05$ yaitu harga (HR) sebesar 0,26, kualitas pelayanan (KP) sebesar 0,337, dan promosi (PR) sebesar 0,499 Maka kesimpulannya model regresi pada panelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.5.4 Uji Autokolerasi

Tabel 4. 16
Hasil Uji Autokolerasi

Model	Model Summary ^b				Durbin-Watson
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,657 ^a	,432	,414	1,658	1,851

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Output SPSS diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, dapat dilihat nilai Durbin Watson adalah sebesar 1.851, diketahui bahwa nilai tabel Durbin Watson dengan tingkat signifikansi 0,05, $N = 100$, dan $k = 3$. N yang dimaksud adalah jumlah data yang digunakan dalam penelitian, sedangkan k adalah variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Nilai dL yang diperoleh dari tabel adalah sebesar 1,6131 sedangkan nilai dU sebesar 1,7364. Maka nilai Durbin Watson (d) sebesar 1.851 lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1,7364 dan kurang dari ($4 - dU$) $4 - 1,7364 = 1.7360$. Berdasarkan hasil analisis diatas, diketahui bahwa nilai dW sebesar 1.851 sehingga nilai dW terletak di antara $dU < dW < 4 - dU$. Artinya bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah atau bebas dari gejala autokorelasi.

4.2.6 Regresi Linear Berganda

Menganalisa permasalahan pada pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS dapat disajikan pengujian analisis regresi berganda sebagai berikut.

Tabel 4. 17
Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1,932	1,842		1,049	,297
	HARGA	,072	,064	,115	1,121	,265
	KUALITAS PELAYANAN	,182	,069	,271	2,614	,010
	PROMOSI	,180	,041	,398	4,413	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN
Sumber: Output SPSS diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.17 diatas maka diketahui α (nilai konstan) sebesar 1,932 dan nilai variabel harga (X_1) sebesar 0,72, nilai variabel kualitas pelayanan sebesar 0,182 (X_2) dan nilai promosi (X_3) sebesar 0,180. Berdasarkan nilai konstan dan koefisien tersebut maka diperoleh persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,932 + 0,72 X_1 + 0,182 X_2 + 0,180 X_3$$

- Koefisien konstanta 1,932 artinya jika variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi (variabel independen) dianggap konstan, maka loyalitas pelanggan sebesar 1,932.
- Koefisien regresi harga (X_1) bernilai positif menyatakan bahwa ketika harga mengalami peningkatan maka loyalitas pelanggan mengalami peningkatan atau sebaliknya jika harga mengalami penurunan maka loyalitas pelanggan juga mengalami penurunan.
- Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) bernilai positif menyatakan bahwa ketika kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka loyalitas pelanggan mengalami peningkatan atau sebaliknya jika kualitas pelayanan mengalami penurunan maka loyalitas pelanggan mengalami penurunan juga.
- Koefisien regresi promosi (X_3) bernilai positif menyatakan bahwa ketika promosi mengalami peningkatan maka loyalitas pelanggan mengalami peningkatan atau sebaliknya jika promosi mengalami penurunan maka loyalitas pelanggan mengalami penurunan juga.

4.2.7 Uji Koefisien Determinasi

Pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi dari model summary. Dalam penelitian ini menggunakan *adjusted r square* karena terdapat dua variabel bebas.

Tabel 4. 18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,657 ^a	,432	,414	1,65809

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Output SPSS diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa besarnya angka *r square* atau *coeffisien* determinasi adalah 0,432 dan nilai *adjusted r square* adalah sebesar 0,414. Angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel Harga (HR), Promosi (PR) dan Loyalitas Pelanggan (LP), dengan cara menghitung koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,432 \times 100\%$$

$$KD = 43,2\%$$

Kesimpulannya adalah variabel Loyalitas Pelanggan (LP) dapat dijelaskan dengan menggunakan Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi sebesar 43,2% sedangkan sisanya 56,8% disebabkan variabel-variabel lain diluar model ini.

4.2.8 Uji Hipotesis

4.2.8.1 Uji T (Persamaan Parsial)

Pengujian hipotesis penelitian dengan uji t dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4. 19
Hasil Uji Persamaan Parsial (Uji T)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,932	1,842		1,049	,297
	HARGA	,072	,064	,115	1,121	,265
	KUALITAS PELAYANAN	,182	,069	,271	2,614	,010
	PROMOSI	,180	,041	,398	4,413	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Output SPSS diolah tahun 2022

Hasil pengujian secara parsial dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

- **Hipotesis 1:**
 Nilai t hitung untuk variabel Harga adalah sebesar [1,121]. Nilai t-tabel (5%,(df=100 – 2 – 1 = 97) sebesar 1,98472 Maka t hitung > t tabel, artinya H₁ ditolak. Angka sig untuk koefisien Loyalitas Pelanggan sebesar 0,265 > 0,05 artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap loyalitas pelanggan.
- **Hipotesis 2:**
 Nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar [2,614]. Nilai t-tabel (5%,(df=100 – 2 – 1 = 97) sebesar 1,98472 Maka t hitung > t tabel, artinya H₂ diterima. Angka sig untuk koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,010 > 0,05 artinya terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap loyalitas pelanggan.
- **Hipotesis 3:**

Nilai t hitung untuk variabel Promosi adalah sebesar [4,413]. Nilai t-tabel (5%,(df=100 – 2 – 1 = 97) sebesar 1,98472 Maka t hitung > t tabel, artinya H₃ diterima. Angka sig untuk koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,000 > 0,05 artinya terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap loyalitas pelanggan.

4.2.8.2 Uji F (Kelayakan Model)

Dalam penelitian ini uji kelayakan model atau uji f digunakan untuk mengetahui variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pengujian kelayakan model dengan uji f dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 20
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200,910	3	66,970	24,359	,000 ^b
	Residual	263,930	96	2,749		
	Total	464,840	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Output SPSS diolah tahun 2021

Berdasarkan *output* (uji f) pada tabel 4.19 maka dapat dibahas pengujian kelayakan model dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. F hitung didapat dari *output* sebesar 24,359 sedangkan f tabel didapat sebesar 2,70 (sig 0,05, df1= jumlah variabel – 1 (3 - 1) = 2, dan df2 = n – k – 1 (100 – 2 – 1) = 97. Karena f hitung > f tabel (24,359 > 2,70) maka kesimpulannya Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Sig *output* diketahui sebesar 0,000. Karena sig *output* (0,000) < sig a (0,05), maka kesimpulannya Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan interpretasi diatas, hasil uji f dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kesimpulan yang didapat adalah Ho ditolak dan Ha diterima,

yang berarti Harga (HR), Kualitas Pelayanan (KP), dan Promosi (PR) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan atau dapat disimpulkan model regresi yang diuji telah layak, sehingga pengujian secara parsial dapat dilakukan.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis secara parsial, hasil penelitian membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java dengan menunjukkan tingkat signifikansi t hitung $1,121 < t$ tabel $1,98472$ atau signifikansi $0,265 > 0,05$ maka hipotesis ini H_0 diterima dan menolak H_1 . Hipotesis ini menerima H_0 harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Artinya harga tidak menjadi faktor penentu loyalitas pelanggan pada Jersey Sport Java. Hal tersebut di dukung oleh karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan uang saku dimana dari 100 responden 67% responden memiliki pekerjaan atau profesi sebagai mahasiswa/i atau pelajar dengan pendapatan $< \text{Rp. } 1000.000$ yaitu sebanyak 38% responden.

Diketahui bahwa dimensi yang mendapat skor paling tinggi dari variabel harga adalah “harga produk jersey sport java bervariasi sesuai dengan jenis produk” dengan nilai rata-rata 4,54% untuk itu maka Jersey Sport Java harus mempertahankan harga yang bervariasi pada tokonya untuk loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kandinda Indah Sola (2017) yang menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sakola Factory Outlet Jogja.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis secara parsial, hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java dengan menunjukkan tingkat signifikansi t hitung $2,614 > t$ tabel $1,98472$ atau signifikansi $0,010 < 0,05$ maka hipotesis ini H_0 ditolak dan menerima H_1 . Hipotesis ini menerima H_1 Kualitas Pelayanan berpengaruh

terhadap loyalitas pelanggan. Artinya kualitas pelayanan menjadi faktor penentu loyalitas pelanggan pada Jersey Sport Java

Diketahui bahwa dimensi yang mendapat skor paling tinggi dari variabel kualitas pelayanan adalah “Jersey Sport Java mengutamakan kepentingan pelanggan” dengan nilai rata-rata 4,47% untuk itu maka Jersey Sport Java harus mempertahankan dimensi tersebut untuk membuat pelanggan loyal.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Leonardo dan Tiurniari Purba (2020) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. WAP Logistikindo. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan Jersey Sport Java akan membuat pelanggan Jersey Sport Java semakin loyal.

4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis secara parsial, hasil penelitian membuktikan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java dengan menunjukkan tingkat signifikansi t hitung $4,413 > t$ tabel $1,98472$ atau signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hipotesis ini H_0 ditolak dan menerima H_1 . Hipotesis ini menerima H_1 promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Artinya promosi menjadi faktor penentu loyalitas pelanggan pada Jersey Sport Java.

Diketahui bahwa dimensi yang mendapat skor paling tinggi dari variabel promosi adalah “saya mengetahui dan membeli produk Jersey Sport Java karena promosi yang dilakukannya” dengan nilai rata-rata 4,29% untuk itu maka dimensi ini harus dipertahankan untuk loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nabilah Alya Insani dan Putu Nina Madiawati (2020) yang menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *gofood* di kota Bandung. Artinya semakin banyak dan semakin baik promosi yang di berikan oleh Jersey Sport Java maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan.

4.3.4 Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis uji F, hasil uji F menunjukkan tingkat signifikansi $0,000 < 0,0005$ maka hipotesis H_1 diterima yang menyatakan bahwa harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Jersey Sport Java. Hal ini karena harga, kualitas pelayanan dan promosi yang di berikan oleh Jersey Sport Java membuat pelanggan menjadi loyal dan meningkatkan penjualannya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Valentino Ronggo Permono dan Yusepaldo Pasharibu (2021) yang menemukan bahwa harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.