

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MAKANAN CEPAT SAJI DI KOTA PALEMBANG
(Studi Pada Kentucky Fried Chicken (KFC))**

**Oleh : Andy Tendri Sompia, Emi Suwarni, Muji Gunarto
Program Studi Manajemen Universitas Bina Darma
Email : inginn.belajar@gmail.com, emisuwarni@ymail.com,
mgunarto@hotmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji di kota Palembang (Study Pada Kentucky Fried Chicken (KFC)). Populasinya adalah seluruh konsumen makanan cepat saji yang berada di kota Palembang. Sedangkan sampelnya adalah konsumen KFC yang diambil dari 3 outlet yaitu KFC Plaju, KFC KI (Kambang Iwak) dan KFC LIA sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Acidental Sampling*. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Analisis Regresi Berganda, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel harga terhadap loyalitas konsumen adalah signifikan. dan kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel loyalitas konsumen terhadap loyalitas konsumen adalah signifikan. Adjusted R square 0,250 menunjukkan bahwa 25 persen dari varian loyalitas konsumen adalah dijelaskan oleh variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan 75 persen lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, harga, loyalitas konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze and describe the direct and indirect influence between quality of service and price to customer loyalty fast food in the city of Palembang (Study In Kentucky Fried Chicken (KFC)). The population is all fast food consumers who are in the city of Palembang. While the sample is taken from the consumer KFC outlets that KFC Plaju 3, KFC KI (Kambang Iwak) and KFC LIA using respondents were 100 respondents, the sampling technique used is Acidental sampling. The analysis used in this study is the method of multiple regression analysis, which previously tested the validity, reliability and classical assumptions. Based on the calculation results show that the variable quality of service to customer loyalty is significant. Based on the

calculation results show that the variable price on consumer loyalty is signifikan.dan quality of service and price jointly influence on customer loyalty. Based on the test results show that the variable customer loyalty customer loyalty is significant. Adjusted R square of 0.250 indicates that 25 percent of the variance is explained by the customer loyalty of independent variables in the regression equation. While the other 75 percent is explained by other variables not examined in this study.

Keywords : *Quality of service, price, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Di jaman yang berkembang pesat saat ini sudah banyak restoran *fastfood* berkembang di Indonesia. Gaya hidup manusia yang semakin modern menyebabkan semakin berkembangnya kebutuhan konsumen saat ini. Tingginya tingkat kesibukan manusia menyebabkan mereka memilih untuk mengkonsumsi makanan cepat saji. Makanan cepat saji adalah makanan yang praktis dan disajikan dengan waktu yang cepat. Banyaknya restoran cepat saji yang berada di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Tingginya tingkat persaingan di industri ini membuat perusahaan semakin berlomba lomba untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar tidak berpindah ke produk lainnya. Mempertahankan loyalitas konsumen sangatlah penting untuk menjaga kelangsungan hidup suatu industri untuk meraih keunggulan kompetitif. Dibawah ini merupakan jumlah outlet makanan cepat saji yang berada di Kota Palembang

Tabel 1. Jumlah outlet makanan cepat saji di Kota Palembang

No	Nama	Jumlah
1	KFC (Kentucky Fried Chicken)	12
2	CFC (California Fried Chicken)	7
3	MCDonald's	2
4	A & W	2
5	Texas Chicken	1

Sumber : Dari berbagai sumber,2015

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa KFC memiliki outlet lebih banyak dari pada restoran cepat saji lainnya. Disini menunjukkan bahwa konsumen akan lebih mudah mendapatkan produk KFC di mana pun mereka berada tanpa perlu lagi mengunjungi mall-mall yang ada di kota Palembang. Ada banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan dan penentuan harga (Richa, 2010). Untuk dapat perhatian dari konsumen KFC harus memberikan pelayanan yang terbaik dan harga yang sesuai.

Dengan memperhatikan masalah yang telah diuraikan, maka dapat diuraikan tujuan dalam melakukan penelitian, diantaranya :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji
3. Untuk menganalisis faktor yang paling dominan terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji

KERANGKA PEMIKIRAN DAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan KFC dalam rangka menciptakan loyalitas konsumen. Untuk dapat menciptakan loyalitas konsumen, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk. (1998) bahwa untuk menilai kualitas pelayanan, dapat diukur dengan 5 faktor, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Kualitas pelayanan merupakan hal yang perlu diperhatikan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk sehingga akan berdampak pada menurunnya tingkat loyalitas konsumen. Hal ini sesuai pernyataan John J. Sviokla dalam Lupiyoadi (2013) bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Hubungan Harga dengan Loyalitas Konsumen

Kotler dan Keller (2009) Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya. Harga juga mengkomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merk perusahaan ke pasar. Produk atau jasa yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual

dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar. Harga sangat menentukan loyalitas konsumen, karena besarnya harga yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh konsumen. Semakin tingginya harga akan mengakibatkan konsumen berpikir dan mencoba beralih ke produk lain dengan harga yang terjangkau, demikian sebaliknya apabila harga semakin rendah dan terjangkau maka konsumen akan mencoba melirik produk kita. Hal ini sesuai pernyataan Lupiyoadi (2006) dalam Richa (2010) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah harga. Penentuan harga sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh layanan tersebut bersifat tidak berwujud. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadikan indikasi bahwa kualitas jasa macam apa saja yang akan menjadi konsumen terima. Hal terpenting adalah berbagai keputusan penentuan harga tersebut harus konsisten dengan keseluruhan strategi pemasaran, memberikan harga yang berbeda dalam pasar yang berbeda juga perlu dipertimbangkan. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif sehingga tingkat loyalitas konsumen juga akan menurun, begitu sebaliknya Lupiyoadi (2008) dalam Putra dan Raharja (2012)

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono,2010). Atas dasar rumusan masalah, maka hipotesis yang penulis kemukakan adalah :

H₁ Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji

H₂ Terdapat pengaruh harga mempunyai terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji

H₃ Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji

METODE PENELITIAN

1. Variabel Penelitian

a. Variabel independen

Variabel bebas atau Independen merupakan sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor yang ada didalamnya yang menentukan / mempengaruhi adanya variable variabel yang lain. Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah: Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2)

b. Variabel dependen

Variabel terikat atau dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah loyalitas konsumen (Y).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1). Indikator yang digunakan adalah :

1. Keandalan (*reliability*)
2. Dayatanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empathy*)
5. Bukti fisik (*tangible*)

2. Variabel Harga (X2). Indikator yang digunakan adalah :

1. Keterjangkauan harga

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

3. Variabel Loyalitas Konsumen (Y). Indikator yang digunakan adalah :

1. Pembelian ulang
2. Merekomendasikan kepada pihak lain
3. Tidak niat pindah
4. Membicarakan hal-hal positif

3. PENENTUAN POPULASI DAN SAMPEL

a. Populasi

Sugiyono (2010) mendefinisikan Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah konsumen *Kentucky Fried Chicken (KFC)* yang ada di kota Palembang

b. Sampel

Sugiyono (2010) mendefinisikan Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini anggota sampel adalah konsumen KFC yang berada di Kota Palembang dari 12 outlet KFC diambil 3 outlet sebagai sampel yaitu KFC Plaju, KFC KI (kambang iwak), dan KFC Lia. Penentuan sampel pada penelitian ini bersifat tidak acak (*Non Probability Sample*), dimana pemilihan sampel dengan cara ini tidak menghiraukan prinsip *probability*. Pemilihan sampel tidak secara *random*. Hasil yang diharapkan hanya merupakan gambaran kasar terhadap suatu keadaan. Metode yang

digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah metode *Non Probability Sample* yaitu dengan *Acidental Sampling*. Menurut Martono (2012) *Acidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Alasan menggunakan metode ini adalah jumlah dari populasi tidak diketahui secara pasti. Dengan cara ini hanya konsumen KFC yang sedang atau telah berkunjung ke KFC yang menjadi objek penelitian. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

4. Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2010) Dalam hal ini diperoleh dari responden yang menjawab pertanyaan.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono,2010). Data sekunder juga dapat diperoleh melalui jurnal – jurnal, majalah, koran dan literatur lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan jumlah pengunjung KFC serta hal-hal yang berkaitan dengan penelitian

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Merupakan suatu usaha untuk mendapatkan informasi, data atau

keterangan secara langsung melalui suatu percakapan terarah untuk suatu penelitian.

2. Kuesioner

Untuk memperoleh data langsung dari responden, dibuat daftar pertanyaan secara tertulis yang bersifat tertutup. Artinya jawaban alternatif telah disediakan yang mencerminkan skala pendapat tertentu seperti : sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kecuali daftar pertanyaan mengenai identitas konsumen yang bersifat terbuka.

6. Metode Analisis Data Kuantitatif

a. Analisis Deskriptif

Metode analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah dan memprediksi hasil penelitian sehingga di peroleh suatu kesimpulan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu pengolahan data dalam bentuk angka dengan menggunakan metode statistik.

b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kesahihan / valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner akan dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan tidak , perlu dikonsultasikan dengan tabel r product

moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika dilakukan pengukuran berulang-ulang dan akan mendapatkan hasil yang sama. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan komputer program SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah Jika koefisien Alpha lebih besar dari 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel dan jika koefisien Alpha lebih kecil dari 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

7. Data Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji atau mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah :

a. Jika data menyebar disekitar garis-garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka

model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Nilai dari VIF antara 0 sampai dengan 10 menandakan tidak adanya gejala multikolinieritas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas (Santoso, 2001) dalam Putra dan Raharja (2012)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians tersebut berbeda, maka terjadi Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas Santoso (2001) Pengujian ada tidaknya gejala heteroskedastisitas memakai metode grafik dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* dari variabel terikat, dimana jika tidak terdapat pola

tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan begitu pula sebaliknya (Santoso, 2001) dalam Putra dan Raharja (2012)

d. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) untuk mengukur sejauh mana kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. nilai koefisien determinasi adalah di antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R²) nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, berarti dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas konsumen, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan dan harga. Model hubungan loyalitas konsumen dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y : Loyalitas konsumen (variabel dependen)

X₁ : Variabel kualitas pelayanan (variabel independen)

X₂ : Variabel harga (variabel independen)

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

b₂ : Koefisien regresi variabel harga

e : error

f. Uji signifikansi simultan (Uji Statistik F)

Menurut Imam Ghozali (2011, h.98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

g. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji signifikasi dari hasil penelitian maka perlu dilakukan dengan Uji t (Uji Parsial). Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap loyalitas konsumen

a. Jika nilai signifikansinya < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Jika nilai signifikansinya > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan harga secara parsial terhadap variabel loyalitas konsumen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji keabsahan dari kuesioner yang digunakan untuk mengukur suatu variabel

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	r hasil	r table	Ket.
Item 1	0,429	0,195	Valid
Item 2	0,576	0,195	Valid
Item 3	0,442	0,195	Valid
Item 4	0,482	0,195	Valid
Item	0,651	0,195	Valid

5			
Item 6	0,257	0,195	Valid
Item 7	0,460	0,195	Valid
Item 8	0,596	0,195	Valid
Item 9	0,290	0,195	Valid
item 10	0,436	0,195	Valid
Item 11	0,433	0,195	Valid
Item 12	0,246	0,195	Valid

Sumber : data primer yang diolah,2015

Hasil uji validitas untuk variabel harga dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini :

Tabel 3 Uji validitas variabel Harga

Item	r hasil	R table	Ket
Item 1	0,535	0,195	Valid
Item 2	0,749	0,195	Valid
Item 3	0,658	0,195	Valid
Item 4	0,727	0,195	Valid

Sumber : data primer yang diolah,2015

Hasil uji validitas untuk variabel loyalitas konsumen dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini :

Tabel 4 Uji validitas variabel Loyalitas konsumen

Item	r hasil	R table	Ket.
Item 1	0,344	0,195	Valid
Item 2	0,663	0,195	Valid
Item 3	0,696	0,195	Valid
Item 4	0,618	0,195	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2015

2.Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan dari suatu alat ukur (kuesioner) dalam mengukur suatu variabel. Pengujian reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Ringkasan hasil pengujian reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,629	Reliable
Harga	0,595	Reliable
Loyalitas Konsumen	0,356	reliable

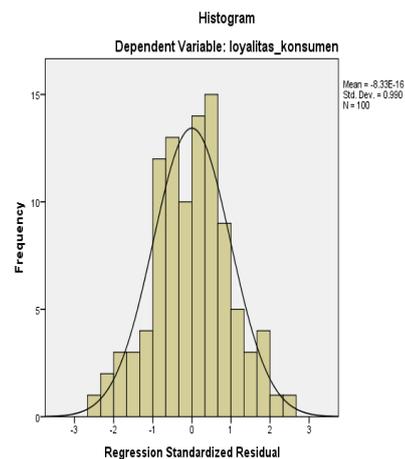
Sumber : data primer yang diolah, 2015

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

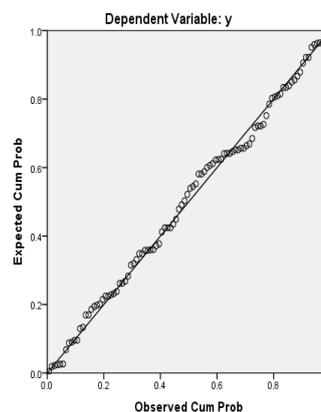
3.Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian terhadap nilai residual. Sedangkan pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik Histogram dan P-P Plot. Pada pengujian normalitas ini dapat dilihat dari gambar berikut ini.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : data primer yang diolah, 2015

Gambar 1

Dengan melihat tampilan Gambar kiri atas, menunjukkan bahwa grafik histogram

memberikan pola distribusi yang tidak menceng (*skewness*) ke kiri atau ke kanan, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Gambar kanan atas, menunjukkan bahwa titik-titik residual model regresi sudah berdistribusi normal karena titik-titik tersebut yang menyebar di sekitar garis diagonal. Dengan demikian syarat kenormalan sebagai pengujian statistik dengan menggunakan regresi dapat terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi.

Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Hasil pengujian VIF dari model regresi adalah sebagai berikut :

Tabel 6 Hasil uji Multikolonieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
kualitas_pelayana	1.000	1.000
Harga	1.000	1.000

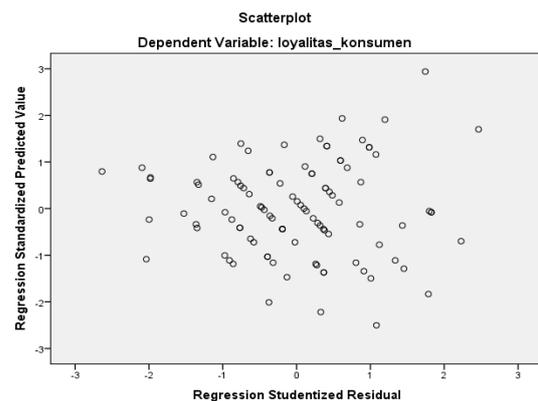
Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah angka 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti variabel bebas dapat digunakan sebagai variabel independen sebagai prediktor yang independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan scatter

plot. Dari scatterplots dibawah ini terlihat titik- titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas padamodel regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Sumber : data primer yang diolah, 2015

Gambar 2

d. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Mo del	R	R Squar e	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.515 ^a	.265	.250	1.815

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Hasil dari tabel 7 terlihat bahwa korelasi kualitas pelayanan dan harga memiliki korelasi mendekati 1 (satu) itu artinya jika kualitas pelayanan dan

harga ditingkatkan maka loyalitas konsumen akan meningkat. Perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R2*) yang diperoleh sebesar 0,250. Hal ini berarti 25,0% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya yaitu 75,0% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, emosional dan biaya (Swatha dan Handoko,2004) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer *SPSS for Windows* versi 16.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya diringkas sebagai berikut

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2.173	2.008		1.082	.282
1_kualitas_pelayanan	.167	.039	.370	4.251	.000
Harga	.306	.075	.355	4.077	.000

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.173 + 0,370X_1 + 0,355X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen.
2. Koefisien regresi variabel harga mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian diatas selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial maupun simultan

f. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian model secara umum digunakan untuk mengetahui pengaruh variabelvariabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pengujian dilakukan dengan uji F sebagaimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 9 Hasil analisis regresi secara bersama-sama

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	115.388	2	57.694	17.523	.000 ^b
Residual	319.372	97	3.292		
Total	434.760	99			

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 17.523 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

g. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individual menerangkan variabel terikat, dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai $t = 4,521$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima.

2. Variabel Harga

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel harga menunjukkan nilai $t = 4,077$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 2 diterima.

KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan di muka serta berdasarkan data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan pengolahan data dan analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji (Studi pada Kentucky Fried Chicken (KFC)), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan terbukti mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji KFC, artinya bahwa jika kualitas pelayanan pada KFC ditingkatkan maka akan berdampak pada meningkatnya tingkat loyalitas konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan dugaan adanya pengaruh antara kualitas konsumen terhadap loyalitas konsumen dapat diterima.
2. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel harga terhadap loyalitas konsumen adalah signifikan, artinya bahwa apabila harga yang ditawarkan lebih bervariasi maka loyalitas konsumen juga akan meningkat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan dugaan adanya pengaruh antara harga terhadap loyalitas konsumen dapat diterima.
3. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai F hitung = 17.523 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa hipotesis ketiga dapat diterima

Aplikasi Program SPSS, Mc CENDEKIA Research and Statistics Conculting, Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Chaerul. 2012. *Loyalitas Pelanggan*. <http://chanwr93.blogspot.com/2012/10/loyalitas-pelanggan.html>. Diakses tanggal 3 Desember 2014
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
<http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/viewFile/632/617>. Diakses tanggal 29 Oktober 2014.
- Asih, Daru. 2012. *Analisis Faktor Kualitas Layanan Adminidtrasi Akademik Dalam Memberikan Kepuasan Kepada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta*. *Jurnal* <http://eprints.unisbank.ac.id/189/1/artikel-25.pdf> diakses tanggal 3 Desember 2014.
- Ellys Cornelia S, Ellys dan Nancy Veronica S..2008. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5ASEC Surabaya*. *Jurnal Manajemen Perhotelan VOL. 4. Surabaya*. <http://puslit2.petra.ac.id/gudangpaper/files/2374.pdf> . Diakses tanggal 29 Oktober 2014
- Gunarto, Muji. 2011. *Analisis Statistik dan Pengolahan Data dengan*
- Hardiyani,Ratih.2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Diakses tanggal 29 Oktober 2014. <http://eprints.undip.ac.id>
- Herlambang,Setyaji, Agus Hermani DS dan Sari Listyorini. *Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tarif Terhadap Loyalitas Pelanggan Bus Damri Kota Semarang (Studi pada penumpang bus DAMRI rute Ngaliyan Pucang Gading Semarang)*. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewFile/3632/3542>. Diakses tanggal 9 November 2014
- Julianis, Fitri. *Rancangan usulan penelitian*. http://www.academia.edu/8745656/ANCANGAN_USULAN_PENELITIA1_103. Diakses tanggal 9 November 2014
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Martono, nanang.2011.*Metode Penelitian Kuantitatif*.Rajagrafindo Persada. Jakarta
- McDonald's Indonesia. <http://www.mcdonalds.co.id/lokasi>

- restoran/ Diakses tanggal 29 November 2014
- Pioneerindo Gourmet International Tbk. <http://www.cfcindonesia.com/Pioneerindo/store.htm> # Diakses tanggal 29 November 2014
- Prasetyo, Widiyanto Bangun. 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi)* jurnal <http://eprints.dinus.ac.id/5069/1/12708.pdf>. Diakses tanggal 9 November 2014
- PT Fast Food Indonesia, Tbk. <http://www.kfcku.com/http://www.kfcku.com/> Diakses tanggal 29 November 2014
- Putra, Febri Tri Bramasta dan Edi Raharja. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Bengkel Mobil Rapi Glass Autocare Semarang*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>. Diakses tanggal 24 November 2014
- Sari, Nurita Kumala. 2013. *Sikap Konsumen*. http://nuriithaa.blogspot.com/2013_11_01_arc_hive.html. Diakses tanggal 9 November 2014
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas
- Texas Chicken Indonesia. <http://www.texaschicken.co.id/?t=locator> Diakses tanggal 29 November 2014
- Widyaningtyas, Richa 2010. *"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina di PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang"*. Diakses tanggal 29 Oktober 2014. http://eprints.undip.ac.id/23464/1/skripsi_richa_widyaningtyas.pdf
- Willyarti, Lia. 2010. *Strategi pemasaran ritel terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen*. <http://liawillyarti.wordpress.com/2010/12/13/strategi-pemasaran-ritel-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-konsumen/>. Diakses tanggal 3 Desember 2014
- Wongso, Novita. 2013. *Jurnal Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen KFC di Perumahan Citra Garden 2*. <http://thesis.binus.ac.id/doc/Lain-lain/2012-00777HM%20WorkingPaper001.pdf> Diakses tanggal 29 Oktober 2014.