

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Alki ponsel aek batu**

###### **a. Profil Alki ponsel Aek Batu**

Alki ponsel merupakan usaha ponsel yang beralamat di aek batu, alki ponsel merupakan ponsel yang baru berdiri dan berusaha untuk bersaing dengan ponsel-ponsel lainnya, alki ponsel selalu berusaha memperhatikan dan menyesuaikan keinginan konsumen. Alki ponsel berdiri pada tahun 2022 tepatnya dibulan januari 2022, sebagai ponsel yang baru berdiri alki ponsel sudah memiliki banyak konsumen.

Sejarah berdirinya alki ponsel adalah pada mulanya bapak dedi adalah seorang guru honor di salah satu sekolah, pada awal tahun 2022 bapak dedi mencoba untuk membuka usaha kecil-kecilan yaitu membuka ponsel yang awalnya hanya bermodalkan 5 juta untuk membeli saldo pulsa dan voucher dan hanya dengan tempat seadanya, melakukan promosi melalui media sosial dan membuat spanduk di area rumah membuat alki ponsel begitu cepat diminati oleh konsumen karena konsumen menilai bahwa tidak perlu jauh untuk membeli kebutuhan akan handphone, dan dalam waktu 3 bulan alki ponsel sudah lebih besar dengan menjual tidak hanya pulsa dan voucher namun juga jual beli hp seken dan aksesoris hp berbagai merk.

Alki ponsel merupakan ponsel yang didirikan oleh bapak dedi bersama istrinya, awal pula pendirian alki ponsel hanya membuat lapak berjualan di

halaman rumah namun dalam jangka waktu 3 bulan alki ponsel alki ponsel sudah berpindah lokasi ke tempat yang lebih luas. Alki ponsel pun melengkapi berbagai macam produk yang dijual tidak hanya menyediakan pulsa dan paket internet alki ponsel juga menyediakan berbagai aksesoris handphone dan jasa pengetikan. Berikut adalah jenis produk yang terdapat dialki ponsel :

No	Jenis Produk		
	Voucher	Hp Seken	Aksesoris hp
1	Telkomsel	Oppo A5s	Kesing hp
2	Axis	Oppo A53	Headset
3	Im3	Vivo	Charger
4	Excel	Nokia 210	Usb
5	-	Redmi 4a	-

Sumber : Data primer 2023

Karyawan pada alki ponsel merupakan karyawan yang berdomisili disekitar tempat usaha dengan jam kerja dimulai dari jam 9 pagi hingga jam 9 malam, alki ponsel selalu berusaha meningkatkan pelayanan dengan selalu menambah produk dan memberikan pelayanan yang ramah agar konsumen merasa aman dan nyaman pada saat datang.

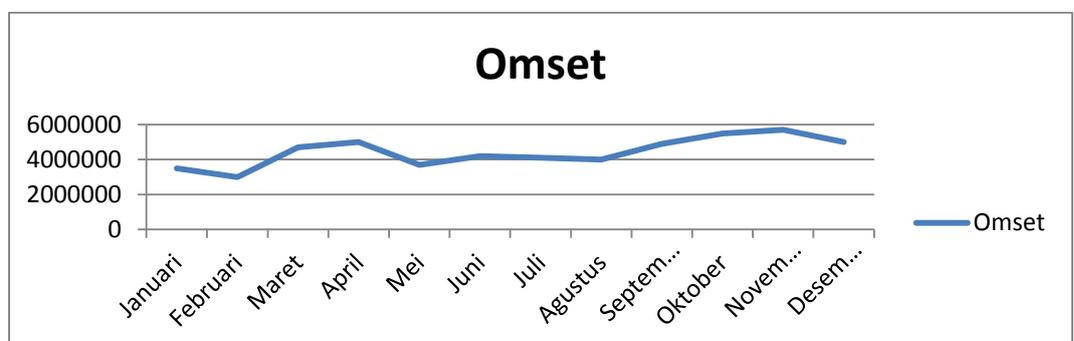
Omset penjualan secara keseluruhan pada alki ponsel selama sebulan bersifat fruktatif bergantung dari bagaimana banyaknya konsumen dan penjualan produk yang terjual, omset penjualan secara keseluruhan mulai dari penjualan pulsa, voucher dan aksesoris di sajikan perbulan selama setahun adalah sebagai berikut :

Bulan	Omset Penjualan
Januari	Rp. 3.500.000
Februari	Rp. 3.000.000
Maret	Rp. 4.700.000
April	Rp. 5.000.000
Mei	Rp. 3.700.000
Juni	Rp. 4.200.000
Juli	Rp. 4.100.000
Agustus	Rp. 4.000.000
September	Rp. 4.900.000
Oktober	Rp. 5.500.000
November	Rp. 5.700.000
Desember	Rp. 5.000.000

Sumber : Data primer 2022

Data omset penjualan diatas dapat disajikan untuk dilihat persentase penjualannya dengan melihat grafik sebagai berikut :

Grafik Omset Penjualan



Dari data grafik di atas dapat di lihat bahwa tingkat penjualan mengalami naik turun setiap bulannya,alki ponsel harus memperhatikan dengan baik apa saja yang dapat meningkatkan penjualan.

**b. Visi dan Misi Alki ponsel aek batu**

Visi dan misi Alki ponsel aek batu adalah sebagai berikut :

**Visi Alki ponsel aek batu :**

Menjadi usaha yang memiliki mutu pelayanan terbaik.

Misi Alki ponsel aek batu :

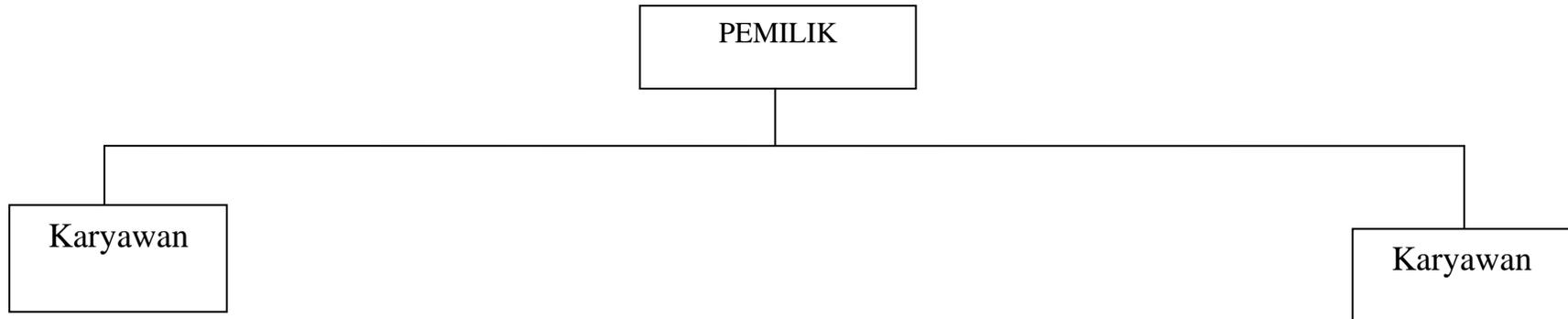
Memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, memberikan kualitas yang terbaik dengan layanan prima dan terpercaya.

**c. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi merupakan susunan secara sistematis mengenai jabatan didalam suatu organisasi atau perusahaan, Struktur Organisasi dapat digunakan untuk melihat posisi kepala bagian dan divisi yang menjadi tanggung jawabnya.

Adapun Struktur Alki ponsel aek batu dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini

STRUKTUR ORGANISASI ALKI PONSEL AEK BATU



Gambar 4.1

#### **d. Job Deskripsi**

##### **1) Pemilik**

adalah orang yang berwenang merumuskan dan menetapkan suatu kebijaksanaan dan program umum suatu perusahaan atau organisasi sesuai dengan batas wewenang yang diberikan oleh suatu badan pengurus atau badan pimpinan yang serupa dengan direktur utama.

Tugas nya adalah :

1. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan kebijakan perusahaan
2. Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian
3. Menyetujui anggaran tahunan untuk perusahaan

##### **2) Karyawan Penjualan dan Kasir**

Tugasnya adalah :

1. Melayani konsumen
2. Memastikan kenyamanan konsumen
3. Menerima laporan
4. Survey konsumen
5. Menerima kunjungan referensi produk yang rusak
6. Closing produk service yang sudah selesai
7. Menerima pembayaran
8. Memberikan laporan kepada pemilik

### 3) Tekhnisi

Tugasnya adalah :

1. Melayani konsumen
2. Melakukan service hp
3. Memastikan kenyamanan konsumen
4. Menerima laporan
5. Survey konsumen
6. Menerima kunjungan referasi produk yang rusak
7. Closing produk service yang sudah selesai
8. Menerima pembayaran
9. Memberikan laporan kepada pemilik

## 2. Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen alki ponsel dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat umur.

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	45	64,28
Perempuan	25	35,72
Total	70	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti melakukan rekapitulasi data konsumen yang datang dan diketahui bahwa jumlah konsumen laki-laki berjumlah 45 orang dan

perempuan 25 orang dengan data diperoleh bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu 45 orang atau 64,28 %, sedangkan perempuan 25 orang atau 25,72%

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase
Sarjana	25	35,72
SMA/ sederajat	45	64,28
Total	70	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti melakukan rekapitulasi data konsumen yang datang dan diketahui bahwa jumlah konsumen dengan latar belakang pendidikan sarjana yaitu berjumlah 25 orang dan SMA 45 orang diperoleh bahwa responden yang berpendidikan sarjana yaitu 25 orang atau 35,72%. Sedangkan yang berpendidikan non sarjana yaitu 45 orang atau 64,28% .

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Jumlah	Persentase
≤23 Tahun	3	4,28
23-25 Tahun	25	35,72
26-30 Tahun	22	31,43
>30 Tahun	20	28,57
Total	70	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah umur antara 23 sampai 25 tahun sebanyak 25 orang atau 35,72%.

**d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Guru	3	4,28
Karyawan	25	35,72
Pelajar	22	31,43
Petani	20	28,57
Total	70	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa untuk Pekerjaan responden yang terbanyak adalah karyawan sebanyak 25 orang atau 35,72%.

**3. Deskriptif Variabel Penelitian**

**a. Deskriptif Jawaban Responden Lokasi**

Deskriptif tentang lokasi pada Alki ponsel aek batu dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

**Tabel 4.4**  
**Tanggapan responden tentang lokasi**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
Pernyataan 1	34	48,6	36	51,4	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 2	27	38,6	43	61,4	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 3	20	28,6	50	71,4	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 4	39	55,7	31	44,3	-	-	-	-	-	-	70	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 34 responden atau sebanyak 48,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 36 responden atau sebanyak 51,4% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 27 responden atau sebanyak 38,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 43 responden atau sebanyak 61,4% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 20 responden atau sebanyak 28,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 50 responden atau sebanyak 71,4% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 39 responden atau sebanyak 55,7% menjawab sangat setuju dan terdapat 31 responden atau sebanyak 44,3% menjawab setuju.

### b. Deskriptif jawaban responden tentang kedekatan emosional

Deskriptif tentang kedekatan emosional pada Alki ponsel aek batu dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

**Tabel 4.5**

#### **Tanggapan responden tentang kedekatan emosional**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
Pernyataan 1	29	41,4	41	58,6	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 2	18	25,7	52	74,3	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 3	37	52,9	33	47,1	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 4	27	38,6	43	61,4	-	-	-	-	-	-	70	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 29 responden atau sebanyak 41,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 41 responden atau sebanyak 58,6% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 18 responden atau sebanyak 25,7% menjawab sangat setuju dan terdapat 52 responden atau sebanyak 74,3% menjawab setuju.

3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 37 responden atau sebanyak 52,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 33 responden atau sebanyak 47,1% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 27 responden atau sebanyak 38,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 43 responden atau sebanyak 61,4% menjawab setuju.

### c. Deskriptif jawaban responden tentang kualitas produk

Deskriptif tentang kualitas produk pada Alki ponsel aek batu dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

**Tabel 4.6**

#### **Tanggapan responden tentang kualitas produk**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
Pernyataan 1	36	51,4	34	48,6	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 2	29	41,4	41	58,6	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 3	23	32,9	47	67,1	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 4	31	44,3	39	55,7	-	-	-	-	-	-	70	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 36 responden atau sebanyak 51,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 34 responden atau sebanyak 48,6% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 29 responden atau sebanyak 41,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 41 responden atau sebanyak 58,6% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 23 responden atau sebanyak 32,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 47 responden atau sebanyak 67,1% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 31 responden atau sebanyak 44,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 39 responden atau sebanyak 55,7% menjawab setuju.

**d. Deskriptif jawaban responden tentang loyalitas konsumen**

Deskriptif tentang loyalitas konsumen pada lokasi di Alki ponsel aek batu dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

**Tabel 4.7****Tanggapan responden tentang loyalitas konsumen**

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
Pernyataan 1	46	34,3	24	65,7	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 2	14	20,0	56	80,0	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 3	38	54,3	32	45,7	-	-	-	-	-	-	70	100
Pernyataan 4	21	30,0	49	70,0	-	-	-	-	-	-	70	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 46 responden atau sebanyak 34,4% menjawab sangat setuju dan terdapat 24 responden atau sebanyak 65,7% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 14 responden atau sebanyak 20,0% menjawab sangat setuju dan terdapat 56 responden atau sebanyak 80,0% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 38 responden atau sebanyak 54,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 32 responden atau sebanyak 45,7% menjawab setuju.

4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 21 responden atau sebanyak 30,0% menjawab sangat setuju dan terdapat 49 responden atau sebanyak 70,0% menjawab setuju.

#### **4. Analisis Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Cara yang sering digunakan dalam uji normalitas yaitu :

- Tampilan grafik histogram

Tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi normal akan menyebar secara merata ke kiri dan kekanan.

- grafik Normal PP plot.

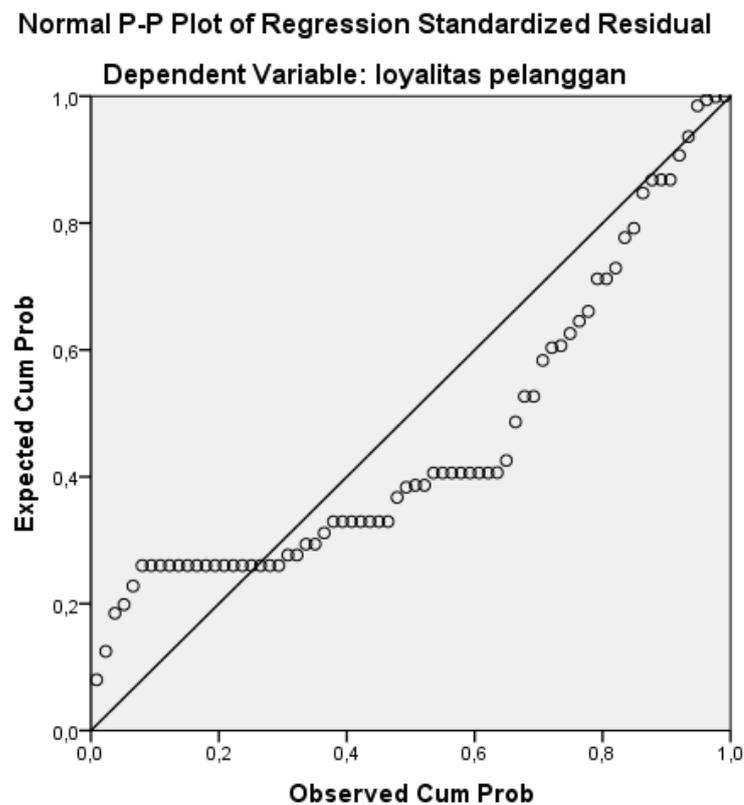
Jika Grafik Normal Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini adalah grafik histogram dan grafik normal pp plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

**Tabel 4.8**  
**Grafik Histogram**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,87945599
	Absolute	,127
Most Extreme Differences	Positive	,046
	Negative	-,127
Kolmogorov-Smirnov Z		,550
Asymp. Sig. (2-tailed)		,678

Model regresi yang memenuhi asumsi normalitas yakni apabila nilai residu *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan data dalam penelitian ini secara statistik berdistribusi normal dan jika *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih kecil dari 0,05 maka data didistribusikan tidak normal. Karena nilai residual *Asymp.Sig (2-tailed)* pada tabel di bawah ini  $0,678 > 0,05$  atau lebih besar dari 0,05 maka data pada penelitan ini didistribusikan normal.



**Gambar 4.3**  
**Grafik Normal P-P Plot**

Pada Gambar P-P Plot diatas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik ini dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas, Sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidak nya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independent lainnya dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independent tersebut.

Perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis collinearity statistik.

Multikolinieritas terjadi apabila (1) nilai *tolerance* ( $Tolerance > 0.10$ ) dan (2) *Variance inflation faktor* ( $VIF < 10$ ). Hasil pengujian untuk uji multikolinieritas ditampilkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.9**  
**Uji Multikolinieritas**

Coefficients<sup>a</sup>

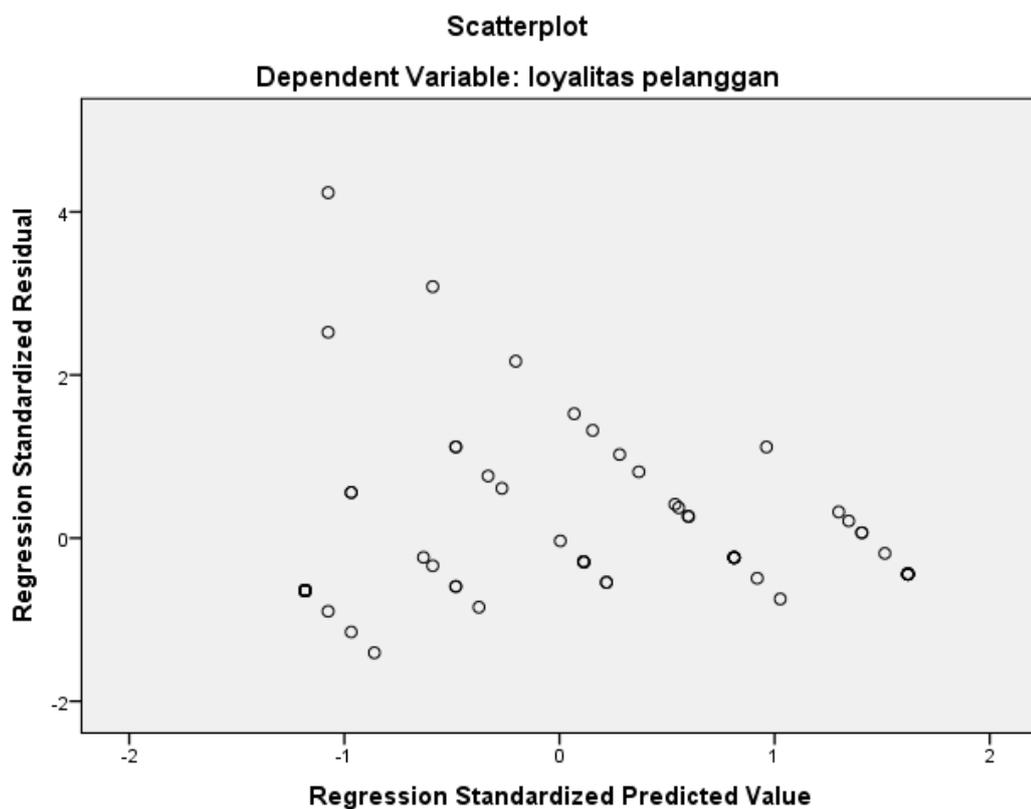
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Lokasi (X <sub>1</sub> )	,209	4,777
kedekatan emosional (X <sub>2</sub> )	,579	1,727
kualitas produk (X <sub>3</sub> )	,191	5,224

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 4.9 di atas memperlihatkan nilai tolerance variabel lokasi adalah 0,209 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 4,777 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel kedekatan emosional adalah 0,579 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 1,727 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel kualitas produk adalah 0,191 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 5,224 lebih kecil dari 10. Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinieritas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

### c. Uji Heteroskedaritas

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedaritas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homoskedaritas. Hasil pengujian heteroskedaritas dengan menggunakan metode gambar dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut :



**Gambar 4.4**  
**Uji Heteroskedaritas**

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol,serta tidak membentuk pola. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis penelitian ini tidak terdapat unsur heteroskedaritas.

**Tabel 4.10**  
**Uji Heteroskedaritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,785	,588		3,035	,003
1 Lokasi (X <sub>1</sub> )	-,054	,063	-,210	-,864	,391
kedekatan emosional (X <sub>2</sub> )	,063	,040	,228	1,556	,124
kualitas produk (X <sub>3</sub> )	-,086	,064	-,338	-1,328	,189

a. Dependent Variable: rest2

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis penelitian ini tidak terdapat unsur heteroskedaritas.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

### a. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,847	,939		,903	,370
1 Lokasi (X <sub>1</sub> )	,381	,100	,390	3,802	,000
kedekatan emosional (X <sub>2</sub> )	,149	,064	,143	2,313	,024
kualitas produk (X <sub>3</sub> )	,441	,103	,460	4,286	,000

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Berdasarkan Tabel 4.9 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = 0,847 (a) + 0,381 (X_1) + 0,149 (X_2) + 0,441 (X_3)$$

1. Koefisien regresi lokasi menunjukkan hubungan positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,381. Berarti setiap letak lokasi yang sesuai akan meningkatkan loyalitas konsumen, koefisien regresi adalah positif sebesar 0,381 artinya akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,381.
2. Koefisien regresi kedekatan emosional menunjukkan hubungan positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,149. Berarti setiap kesesuaian kedekatan emosional akan meningkatkan loyalitas

konsumen, koefisien regresi kedekatan emosional adalah positif sebesar 0,149 akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,847.

3. Koefisien regresi kualitas produk menunjukkan hubungan positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,441. Berarti setiap kesesuaian kualitas produk akan meningkatkan loyalitas konsumen dengan nilai koefisien positif sebesar 0,441 akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,441
4. Konstanta dalam persamaan regresi linier merupakan nilai variabel  $y$  ketika nilai variabel  $x$  bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, Nilai Konstanta sebesar 0,847, artinya bahwa nilai regresi  $y$  tanpa adanya pengaruh variabel  $x$  adalah 0,847 menunjukkan bahwa loyalitas konsumen sebesar 0,847 tanpa adanya pengaruh dari lokasi, kedekatan emosional dan kualitas produk.

#### **b. Uji T**

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah secara parsial variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependent. Hasil uji t dapat dilihat 4.10 dibawah ini :

**Tabel 4.11**  
**Uji parsial (Uji T)**  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,847	,939		,903	,370
1 Lokasi (X <sub>1</sub> )	,381	,100	,390	3,802	,000
kedekatan emosional (X <sub>2</sub> )	,149	,064	,143	2,313	,024
kualitas produk (X <sub>3</sub> )	,441	,103	,460	4,286	,000

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 20 :2023

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$ . Diketahui T tabel pada distribusi  $df_1=0,05:2=0,025$ ,  $df_2 = 70-4= 66$  adalah 1,996, sehingga nilai T tabel adalah 1,996 terlihat dari kolom 0,025 pada baris ke 66.

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat dilihat bahwa :

1. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk lokasi adalah sebesar 3,802,  $t_{\text{tabel}}$  1,996 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ), dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk kedekatan emosional adalah sebesar 2,313,  $t_{\text{tabel}}$  1,996 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ), dengan nilai signifikan  $0,024 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

3. Nilai  $t$  hitung untuk kualitas produk adalah sebesar 4,286,  $t$  tabel 1,996 ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel), dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

### c. Uji F

Uji  $f$  dilakukan untuk menguji secara simultan (secara bersama-sama) apakah lokasi, kedekatan emosional dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Alki ponsel aek batu.

**Tabel 4.12**  
**Uji Simultan (F)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	132,442	3	44,147	129,251	,000 <sup>b</sup>
Residual	22,543	66	,342		
Total	154,986	69			

(Sumber : Data diolah menggunakan SPSS windows 20, 2023)

Nilai  $F$  tabel pada distribusi  $df_1=k=3$ ,  $df_2=n-1-4=65$ , sehingga nilai  $f$  tabel dapat dilihat pada kolom ke 4 baris ke 65 adalah 2,51, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai  $F$  hitung  $129,251 > 2,51$ , dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

#### d. Koefisien Determinan

Koefisien Determinan ( $R^2$ ) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.13**  
**Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,924 <sup>a</sup>	,855	,848	,584

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,848. Hal ini berarti 84,80% variabel independent yaitu variabel lokasi, kedekatan emosional dan kualitas produk memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu loyalitas konsumen, dan sisanya sebesar 15,20% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas konsumen seperti promosi, fasilitas dll.

## **B. Pembahasan**

### **1. Lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) Pada Alki Ponsel Aek Batu**

Koefisien regresi lokasi menunjukkan hubungan positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,381. Berarti setiap peningkatan lokasi sebesar 0,381 akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,381.

Nilai t hitung untuk lokasi adalah sebesar 3,802, t tabel 1,996 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifi Hamdani Lubis (2013) dengan judul penelitian “Pengaruh Lokasi dan keramahan karyawan terhadap loyalitas pada rumah makan minang bagan batu” hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, hal ini terlihat dari nilai T hitung > T tabel, yaitu  $2,567 > 2,042$ , dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , secara parsial variabel keramahan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap lokasi, hal ini terlihat dari nilai T hitung > T tabel, yaitu  $4,098 > 2,042$ , dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ .

Hasil penelitian dengan hasil penelitian terdahulu diketahui bahwa variabel lokasi memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen, hal ini terlihat dari nilai t hitung yang memiliki nilai lebih besar dari t tabel, dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa penelitian

memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa variabel lokasi memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen.

## **2. Kedekatan emosional ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan loyalitas konsumen (Y) Pada Alki Ponsel Aek Batu**

Koefisien regresi kedekatan emosional menunjukkan hubungan positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,149. Berarti setiap peningkatan kedekatan emosional sebesar 0,149 akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,847.

Nilai t hitung untuk kedekatan emosional adalah sebesar 2,313, t tabel 1,996 ( $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ), dengan nilai signifikan  $0,024 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian sebanding dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan Waruwu, Yunita, and Tampubolon (2021), yang berjudul “Pengaruh kedekatan emosional dan promosi terhadap volume penjualan batik pada Batik Trusmi Medan”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 2 variabel bebas yaitu kedekatan emosional ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ) dengan variabel terikat yaitu Volume penjualan ( $Y$ ). Didapatkan hasil bahwa kedekatan emosional dan promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Berdasarkan pada penelitian, variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap volume penjualan batik pada Batik Trusmi Medan adalah Promosi.

Hasil penelitian dengan hasil penelitian terdahulu diketahui bahwa variabel lokasi memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen, hal ini terlihat

dari nilai  $t$  hitung yang memiliki nilai lebih besar dari  $t$  tabel, dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa penelitian memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa variabel lokasi memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen.

### **3. Kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y) Pada Alki Ponsel Aek Batu**

Koefisien regresi kualitas produk menunjukkan hubungan positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,441. Berarti setiap peningkatan kualitas produk sebesar 0,441 akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,441

Nilai  $t$  hitung untuk kualitas produk adalah sebesar 4,286,  $t$  tabel 1,996 ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel), dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian sebanding dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kaslim (2014) dengan judul “Pengaruh Suasana toko dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada toko bintang”. Dari hasil penelitian di peroleh:

- 1) Secara parsial penempatan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini terlihat dari nilai  $T$  hitung  $>$   $t$  tabel, hal ini berarti hipotesis pertama penelitian terbukti.

- 2) Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini terlihat dari nilai T hitung  $>$  t tabel, hal ini berarti hipotesis kedua penelitian terbukti.
- 3) Secara simultan suasana toko dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. hal ini berarti hipotesis ketiga terbukti dan di terima.

Dari hasil penelitian dan perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu terlihat bahwa variabel kualitas produk akan memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen, dimana kualitas produk dapat memberikan pengaruh terhadap persepsi konsumen untuk selalu loyalitas kepada suatu tempat atau produk

#### **4. Lokasi ( $X_1$ ), kedekatan emosional ( $X_2$ ) dan Kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y) Pada Alki Ponsel Aek Batu**

Dari hasil analisis uji data diatas diperoleh bahwa hubungan antara lokasi, kedekatan emosional dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen adalah berkorelasi positif dan signifikan sebesar 0,926 ini berarti bahwa jika lokasi, kedekatan emosional dan kualitas produk dipersepsi baik maka loyalitas pelanggan juga akan tinggi.

Garis regresi ganda menunjukkan bahwa tingkat perubahan variabel y adalah perubahan positif, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independent memberikan kontribusi yang positif terhadap variabel y.

Nilai Konstanta sebesar 0,847 menunjukkan bahwa loyalitas konsumen sebesar 0,847 tanpa adanya pengaruh dari lokasi, kedekatan emosional dan kualitas produk.

Nilai F tabel pada distribusi 4 : 65 adalah 2,51, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung  $129,251 > 2,51$ , dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,848. Hal ini berarti 84,80% variabel independent yaitu variabel lokasi, kedekatan emosional dan kualitas produk memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu loyalitas konsumen, dan sisanya sebesar 15,20% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas konsumen seperti promosi, fasilitas dll.