

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Adinda Jus Rantauprapat

Adindai jus merupakan sebuah kedai jus yang menjual jus buah segar. Produk yang dijual ialah jus buah kaya rasa yang bahan baku utamanya buah-buahan segar sesuai dengan permintaan konsumen. Adinda jus terletak di JL. Ahmad Yani simpang Rantauprapat Lama (depan Bank Sumut). Adinda jus berdiri mulai tahun 2018 hingga sekarang.

2. Visi dan Misi Adinda Jus Rantauprapat

a. Visi Adinda Jus Rantauprapat

Menjadikan Adinda Jus sebagai usaha jus yang paling diminati masyarakat di Rantauprapat

b. Misi Adinda Jus Rantauprapat

Bertujuan untuk memberikan pelayanan ekstra kepada konsumen, menjaga cita rasa produk dengan rasa yang khas dan harga yang terjangkau

A. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Adapun karakteristik tersebut meliputi : jenis kelamin dan umur responden. Pada penelitian ini akan digunakan data tabulasi silang (crosstabulation) sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel

3.4 berikut :

Tabel 3. 1
Crostab Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
Laki-laki	44	44.0
Perempuan	56	56.0
Total	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Tabel 3.4 diatas menunjukkan bahwa data jenis kelamin responden dari total 100 responden, terdapat 44 orang responden (44.0%) yang diantaranya adalah laki-laki sedangkan sisanya yaitu 56 responden (56.0%) adalah perempuan. Sehingga mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 3.5

berikut :

Tabel 3. 2
Crostab Usia Responden

		Responden Berdasarkan Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 Tahun	9	9.0	9.0	9.0
	19 Tahun	9	9.0	9.0	18.0
	20 Tahun	8	8.0	8.0	26.0
	21 Tahun	11	11.0	11.0	37.0
	22 Tahun	11	11.0	11.0	48.0
	23 Tahun	36	36.0	36.0	84.0
	24 Tahun	6	6.0	6.0	90.0
	25 Tahun	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Tabel 3.5 diatas menunjukkan bahwa bahwa responden berusia 18 tahun berjumlah 9 orang (9.0%), responden berusia 19 tahun berjumlah 9 orang (9.0%), responden berusia 20 tahun berjumlah 8 orang (8.0%), responden berusia 21 tahun berjumlah 11 orang (11.0%), responden berusia 22 tahun berjumlah 11 orang (11.0%), responden berjumlah 23 tahun berjumlah 36 orang (36.0%), responden berusia 24 tahun berjumlah 6 orang (6.0%) dan responden berusia 25 tahun berjumlah 10 orang (10.0%). Dari data tersebut responden yang berusia 23 tahun lebih banyak mengisi kuisisioner pada Adinda Jus di Rantauprapat bulan Februari 2023.

B. Deskripsi Jawaban Responden

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan sekala likert untuk menyangkan cita rasa, kualitas pelayanan, variasi produk dan loyalitas pelanggan usaha jus buah “Adinda Jus” di Rantauprapat. Variabel cita rasa (X1) terdiri dari 10 buah pertanyaan, variabel kualitas pelayanan (X2) terdiri dari 8 buah pertanyaan, variabel variasi produk (X3) terdiri dari 8 buah pertanyaan dan variabel loyalitas pelanggan (Y) terdiri dari 10 buah pertanyaan.

1. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Cita Rasa (X1)

Distribusi jawaban responden terhadap variabel cita rasa dapat dilihat pada tabel 3.6 berikut ini :

Tabel 3. 3
Distribusi jawaban Responden Terhadap Variabel Cita Rasa

No. Item	Pilihan Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	0	0	1	1.0	44	44.0	55	55.0
X1.2	1	1.0	0	0	1	1.0	46	46.0	52	52.0
X1.3	1	1.0	4	4.0	11	11.0	47	47.0	36	36.0
X1.4	0	0	3	3.0	8	8.0	46	46.0	43	43.0
X1.5	0	0	0	0	3	3.0	31	31.0	66	66.0
X1.6	0	0	1	1.0	2	2.0	40	40.0	57	57.0
X1.7	0	0	1	1.0	14	14.0	48	48.0	37	37.0
X1.8	0	0	0	0	3	3.0	55	55.0	42	42.0
X1.9	0	0	0	0	3	3.0	32	32.0	65	65.0
X1.10	4	4.0	2	2.0	8	8.0	44	44.0	42	42.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 3.6 dapat diketahui pernyataan (X1.1) menunjukkan hasil dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 55 orang dengan persentase (55.0%), 44 orang menjawab setuju (44.0%), 1 orang menjawab kurang setuju (3.0%) dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X1.2) menunjukkan hasil dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang dengan persentase (52.0%), 46 orang menjawab setuju (46.0%), 1 orang menjawab kurang setuju (3.0%), 1 orang menjawab sangat tidak setuju (3.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Pada pernyataan (X1.3) menunjukkan hasil dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 36 orang (36.0%), 47 orang menjawab sangat setuju (47.0%), 11 orang menjawab kurang setuju (11.0%), 4 orang menjawab tidak setuju (4.0%) dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (2.0%). Pada pernyataan (X1.4) menunjukkan hasil dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang (43.0%), 46 orang menjawab setuju (46.0%), 8 orang menjawab kurang setuju (8.0%), 3 orang menjawab tidak setuju (3.0%) dan

tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X1.5) menunjukkan hasil dari 100 responden menjawab sangat setuju sebanyak 66 orang (66.0%), 31 orang menjawab setuju (31.0%), 3 orang menjawab kurang setuju (3.0%) dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X1.6) menunjukkan hasil dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 57 orang (57.0%), 40 orang menjawab setuju (40.0%), 2 orang yang menjawab kurang setuju (2.0%), 1 orang menjawab tidak setuju (1.0%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X1.7) menunjukkan hasil dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 48 (48.0%), 37 orang menjawab sangat setuju (37.0%), 14 orang menjawab kurang setuju (14.0%), 1 orang menjawab tidak setuju (1.0%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X1.8) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 55 orang (55.0%), 42 orang menjawab sangat setuju (42.0%), 3 orang menjawab kurang setuju (3.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X1.9) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 44 orang (44.0%), 42 orang menjawab sangat setuju (42.0%), 8 orang menjawab kurang setuju (8.0%), 4 orang menjawab sangat tidak setuju (4.0%) dan 2 orang menjawab tidak setuju (2.0%).

2. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Distribusi jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 3.7 berikut ini :

Tabel 3. 4
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

No. Item	Pilihan Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	1	1.0	4	4.0	8	8.0	28	28.0	59	59.0
X2.2	1	1.0	0	0	5	5.0	41	41.0	53	53.0
X2.3	1	1.0	0	0	9	9.0	43	43.0	47	47.0
X2.4	0	0	0	0	8	8.0	42	42.0	50	50.0
X2.5	2	2.0	1	1.0	9	9.0	46	46.0	42	42.0
X2.6	1	1.0	0	0	4	4.0	40	40.0	55	55.0
X2.7	1	1.0	0	0	0	0	47	47.0	52	52.0
X2.8	0	0	1	1.0	4	4.0	42	42.0	53	53.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 3.7 diatas dapat diketahui pernyataan (X2.1) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 59 orang (59.0%), 28 orang menjawab setuju (28.0%), 8 orang menjawab kurang setuju (8.0%), 4 orang menjawab tidak setuju (4.0%), dan 1 orang yang menjawab sangat tidak setuju (1.0%). Pada pernyataan (X2.2) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden sebanyak 53 orang menjawab sangat setuju (53.0%), 41 orang menjawab setuju (41.0%), 5 orang menjawab kurang setuju (5.0%), 1 orang yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Pada pernyataan (X2.3) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden sebanyak 47 orang menjawab sangat setuju (47.0%), 43 orang menjawab setuju (43.0%), 9 orang menjawab kurang setuju (9.0%), 1 orang menjawab sangat tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Pada pernyataan (X2.4) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden sebanyak 50 orang menjawab sangat setuju (50.0%), 42 orang menjawab setuju (42.0%), 8 orang menjawab kurang setuju (8.0%) dan tidak ada responden yang menjawab tidak

setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X2.5) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden sebanyak 46 orang menjawab setuju (46.0%), 42 orang menjawab sangat setuju (42.0%), 9 orang menjawab kurang setuju (9.0%), 2 orang menjawab sangat tidak setuju (2.0%) dan 1 orang yang menjawab tidak setuju (1.0%). Pada pernyataan (X2.6) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 55 orang (55.0%), 40 orang menjawab setuju (40.0%), 4 orang menjawab kurang setuju (4.0%), 1 orang menjawab sangat tidak setuju (1.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Pada pernyataan (X2.7) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang (52.0%), 47 orang menjawab setuju (47.0%), 1 orang menjawab kurang setuju (3.3%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X2.8) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang (53.0%), 42 orang menjawab setuju (42.0%), 4 orang menjawab kurang setuju (4.0%) 1 orang yang menjawab tidak setuju (1.0%) dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

2. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Variasi Produk (X3)

Distribusi jawaban responden terhadap variabel variasi produk dapat dilihat pada tabel 3.8 berikut ini :

Tabel 3. 5
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Variasi Produk

No. Item	Pilihan Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	0	0	2	2.0	49	49.0	49	49.0

X1.2	0	0	0	0	3	3.0	54	54.0	43	43.0
X1.3	0	0	0	0	3	3.0	50	50.0	47	47.0
X1.4	0	0	0	0	4	4.0	35	35.0	62	62.0
X1.5	0	0	1	1.0	2	2.0	41	41.0	56	56.0
X1.6	0	0	0	0	5	5.0	45	45.0	50	50.0
X1.7	0	0	1	1.0	1	1.0	49	49.0	49	49.0
X1.8	0	0	0	0	0	0	44	44.0	56	56.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 3.8 diatas diketahui pernyataan (X3.1) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang (49.0%), 49 orang menjawab setuju (49.0%), 3 orang menjawab kurang setuju (3.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X3.2) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 54 orang (54.0%), 43 orang menjawab sangat setuju (43.0%), 3 orang menjawab kurang setuju (3.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X3.3) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 50 orang (50.0%), 47 orang menjawab sangat setuju (47.0%), 3 orang menjawab kurang setuju (3.0%) dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X3.4) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 62 orang (62.0%), 35 orang menjawab setuju (35.0%), 3 orang menjawab kurang setuju (3.0%) dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X3.5) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 orang (56.0%), 41 orang menjawab setuju (41.0%), 2 orang menjawab kurang setuju (2.0%), 1 orang menjawab tidak setuju (1.0%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X3.6)

menunjukkan bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang (50.0%), 45 orang menjawab setuju (45.0%), 5 orang menjawab kurang setuju (5.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X3.7) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang (49.0%), 49 orang menjawab setuju (49.0%), 1 orang menjawab kurang setuju (1.0%), 1 orang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pada pernyataan (X3.8) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 orang (56.0%), 44 orang menjawab setuju (44.0%), dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Distribusi jawaban responden terhadap variabel loyalitas pelanggan dapat dilihat pada tabel 3.9 berikut ini :

Tabel 3. 6
Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan

No. Item	Pilihan Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	0	0	0	0	50	50.0	50	50.0
X1.2	0	0	0	0	5	5.0	55	55.0	40	40.0
X1.3	0	0	1	1.0	7	7.0	51	51.0	41	41.0
X1.4	1	1.0	0	0	7	7.0	53	54.0	39	39.0
X1.5	2	2.0	4	4.0	13	13.0	44	44.0	37	37.0
X1.6	0	0	1	1.0	14	14.0	46	46.0	39	39.0
X1.7	2	2.0	2	2.0	17	17.0	43	43.0	36	36.0

X1.8	3	3.0	2	2.0	15	15.0	48	48.0	32	32.0
X1.9	1	1.0	0	0	5	5.0	45	45.0	49	49.0
X1.10	0	0	0	0	3	3.0	57	57.0	40	40.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 3.9 diatas diketahui pernyataan (Y1) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang (50.0%), 50 orang menjawab setuju (50.0%), dan tidak ada responden yang menjawab kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (Y2) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 55 orang (55.5%), 40 orang menjawab sangat setuju (40.0%), 5 orang menjawab kurang setuju (3.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada pernyataan (Y3) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 51 orang (51.0%), 41 orang menjawab sangat setuju (41.0%), 7 orang menjawab kurang setuju (7.0%), 1 orang menjawab tidak setuju (1.0%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Pada pernyataan (Y4) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 53 orang (53.0%), 39 orang menjawab sangat setuju (39.0%), 7 orang menjawab kurang setuju (7.0%) , 1 orang menjawab sangat tidak setuju (1.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Pada pernyataan (Y5) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 44 orang (44.0%), 37 orang menjawab sangat setuju (37.0%), 13 orang menjawab kurang setuju (13.0%), 4 orang menjawab tidak setuju (4.0%), dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (2.0%). Pada pernyataan (Y6) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 46 orang (46.0%), 39 orang menjawab sangat setuju (39.0%), 14 orang menjawab kurang

setuju (14.0%), 1 orang menjawab tidak setuju (1.0%), dan tidak ada responden menjawab sangat tidak setuju. Pada pernyataan (Y7) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden menjawab setuju sebanyak 43 orang (43.0%), 36 orang menjawab sangat setuju (36.0%), 17 orang menjawab kurang setuju (17.0%), 2 orang menjawab tidak setuju (2.0%) dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju (2.0%). Pada pernyataan (Y8) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 48 orang (48.0%), 32 orang menjawab sangat setuju (32.0%), 15 orang menjawab kurang setuju (15.0%), 2 orang menjawab tidak setuju (2.0%) dan 3 orang menjawab sangat tidak setuju (3.0%). Pada pernyataan (Y9) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang (49.0%), 45 orang menjawab setuju (45.0%), 5 orang menjawab kurang setuju (5.0%), 1 orang menjawab sangat tidak setuju (1.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Pada pernyataan (Y10) menunjukkan hasil bahwa dari 100 responden yang menjawab setuju sebanyak 57 orang (57.0%), 40 orang menjawab sangat setuju (40.0%), 3 orang menjawab kurang setuju (3.0%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen

A. Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan SPSS 26.0 dengan kriteria berdasarkan nilai r_{hitung} sebagai berikut :

1. Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut validasi

2. Jika r_{hitung} negatif atau $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Nilai r_{tabel} didapat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05.

Adapun penentuan r_{tabel} sebagai berikut:

$$r_{tabel} = n-2$$

$$= 30- 2$$

$$= 28$$

$$= 0,374$$

Selanjutnya nilai r_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} seperti dalam tabel

4.1 sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Uji Instrumen Variabel Kualitas Cita Rasa (X1)

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X _{1.1}	0,590	0,374	Valid
X _{1.2}	0,660	0,374	Valid
X _{1.3}	0,693	0,374	Valid
X _{1.4}	0,595	0,374	Valid
X _{1.5}	0,683	0,374	Valid
X _{1.6}	0,675	0,374	Valid
X _{1.7}	0,792	0,374	Valid
X _{1.8}	0,699	0,374	Valid
X _{1.9}	0,687	0,374	Valid
X _{1.10}	0,499	0,374	Valid

Hasil uji validitas tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel Cita Rasa (X₁) di dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal inidikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X_2) terdapat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4. 2
Uji Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X _{2.1}	0,767	0,374	Valid
X _{2.2}	0,675	0,374	Valid
X _{2.3}	0,853	0,374	Valid
X _{2.4}	0,922	0,374	Valid
X _{2.5}	0,767	0,374	Valid
X _{2.6}	0,907	0,374	Valid
X _{2.7}	0,771	0,374	Valid
X _{2.8}	0,626	0,374	Valid

Hasil uji validitas tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel Kualitas Layanan (X_2) di dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Hasil Uji Validitas Instrumen Variasi Produk (X_3) terdapat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4. 3
Uji Validitas Instrumen Variasi Produk (X3)

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X _{3.1}	0,768	0,374	Valid
X _{3.2}	0,630	0,374	Valid
X _{3.3}	0,740	0,374	Valid
X _{3.4}	0,721	0,374	Valid
X _{3.5}	0,572	0,374	Valid
X _{3.6}	0,702	0,374	Valid
X _{3.7}	0,686	0,374	Valid
X _{3.8}	0,712	0,374	Valid

Hasil uji validitas tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel Variasi Produk (X_3) di dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Pelanggan (Y) terdapat pada tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4. 4
Uji Validitas Instrumen Loyalitas Pelanggan (Y)

Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
X _{3,1}	0,494	0,374	Valid
X _{3,2}	0,493	0,374	Valid
X _{3,3}	0,695	0,374	Valid
X _{3,4}	0,555	0,374	Valid
X _{3,5}	0,570	0,374	Valid
X _{3,6}	0,827	0,374	Valid
X _{3,7}	0,674	0,374	Valid
X _{3,8}	0,616	0,374	Valid
X _{3,9}	0,563	0,374	Valid
X _{3,10}	0,536	0,374	Valid

Hasil uji validitas tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y) di dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkah keandalan suatu instrument penelitian. Instrument yang reliabel yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiono, 2016 : 110) Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik *cronbach alpha* > 0,60 s/d 0,80 dan dianggap sangat baik atau sangat reliable jika nilai *cronbach alpha* > 0,80 s/d 1.00. (Santoso, 2016: 110).

Tabel 4. 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1), layanan (X2), Variasi Produk (X3) dan Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Batasan Nilai	Keterangan
Kualitas Produk	1,108	0,60	Reliabel
Layanan	0,905	0,60	Reliabel
Variasi Prodk	1,141	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,794	0,60	Reliabel

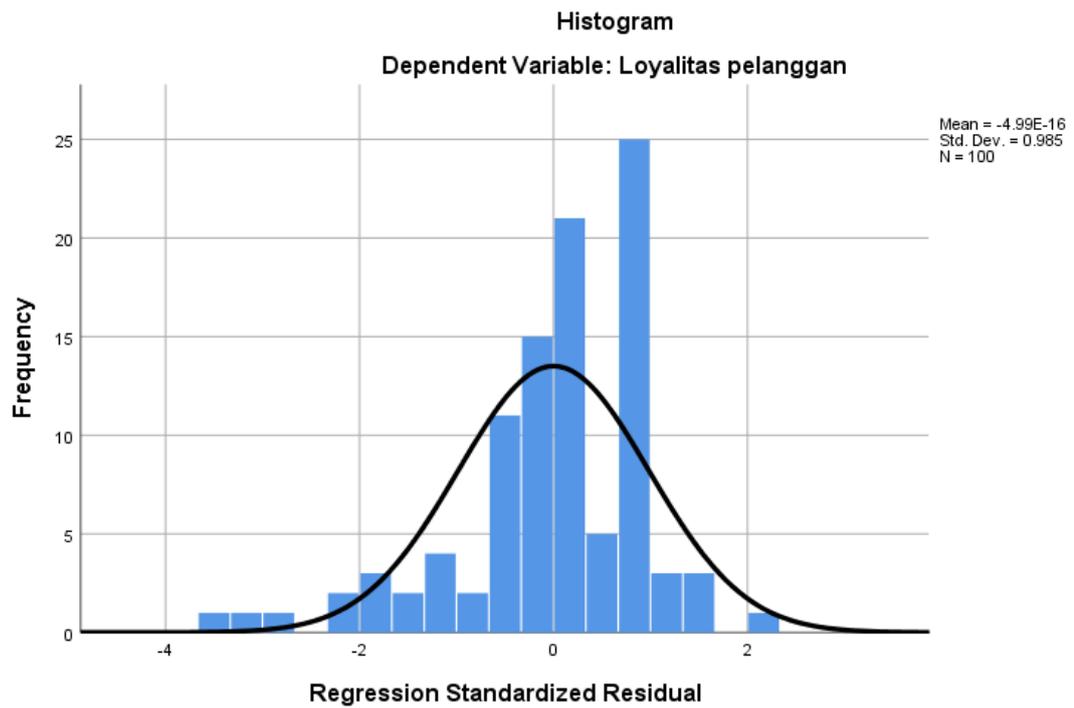
Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua item dalam variabel Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, loyalitas pelanggan dinyatakan reliabel. Hal ini di dasarkan atas keterangan masing-masing variabel *cronbanch alpha* lebih besar 0,60. Sehingga seluruh atribut penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

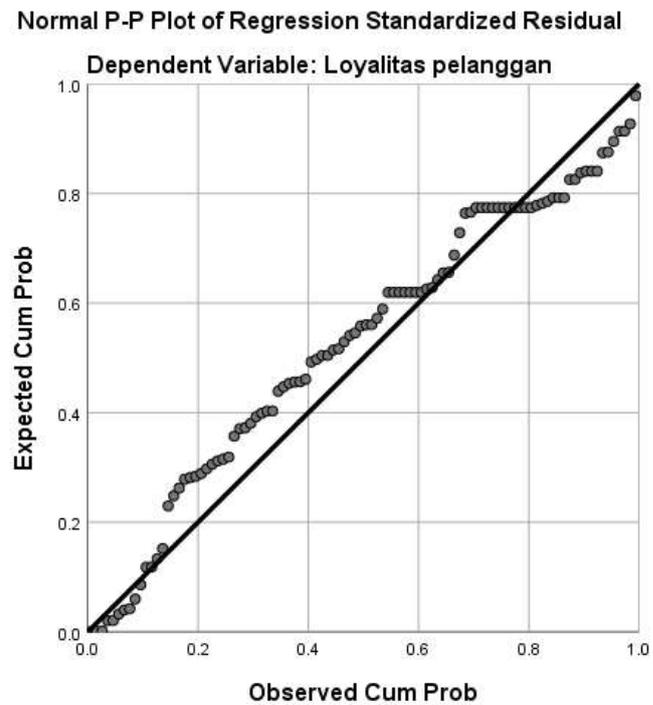
1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau sama. Uji normalitas menggunakan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik yaitu berupa grafik histogram grafik P-P Plot. Adapun grafik histogram dan P-P Plot dapat dilihat pada gambar 2.2 dan 2.3 berikut ini :

Gambar 2. 1
Normal Probability Plot



Gambar 2. 2
Uji Normalitas dengan P-P Plot



Berdasarkan pada grafik histogram, grafik histogram dikatakan normal apabila distribusi data membentuk lonceng (bell shaped), tidak condong ke kanan atau ke kiri (Santoso:2015). Grafik histogram diatas membentuk lonceng, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dengan grafik P-P Plot dapat dikatakan memenuhi syarat asumsi normalitas apabila item menyebar jauh di garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal (Ghozali:2016). Dengan demikian, grafik P-P Plot diatas memenuhi syarat asumsi normalitas. Untuk lebih menguatkan uji normalitas dengan grafik histogram dan grafik P-P Plot dilakukan analisis *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.16910562
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.106
	Positive	.086
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.008 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov memiliki ketentuan jika nilai Asymp.Sig (2-tailed) > 0,05 maka berdistribusi normal, sedangkan jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) < 0,05 maka berdistribusi tidak normal. Pada tabel 4.5 hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat nilai

Asmp.Sig (2-tailed) adalah $(0,08) > (0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Hasil uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Metode yang dilakukan yaitu dengan menggunakan *Tolerance Variance Inflation Factor* (VIP). Ketentuannya yaitu jika nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai Variance inflation factor (VIP) < 10 , maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas (Situmorang, 2014). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Cita Rasa	.548	1.825
	Kualitas Pelayanan	.493	2.027
	Variasi Produk	.383	2.610

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* Cita Rasa (X1) sebesar 0,548, nilai *tolerance* kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,493, nilai *tolerance* Variasi Produk (X3) sebesar 0,383. Sedangkan nilai VIF Cita rasa (X1) sebesar 1, 825 nilai VIF Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 2,027, nilai VIF Variasi Produk (X3) sebesar 2,610 Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* semua variabel bebas $> 0,1$ dan nilai VIF semua variabel bebas < 10 , sehingga tidak terjadi gejala korelasi pada variabel bebas.

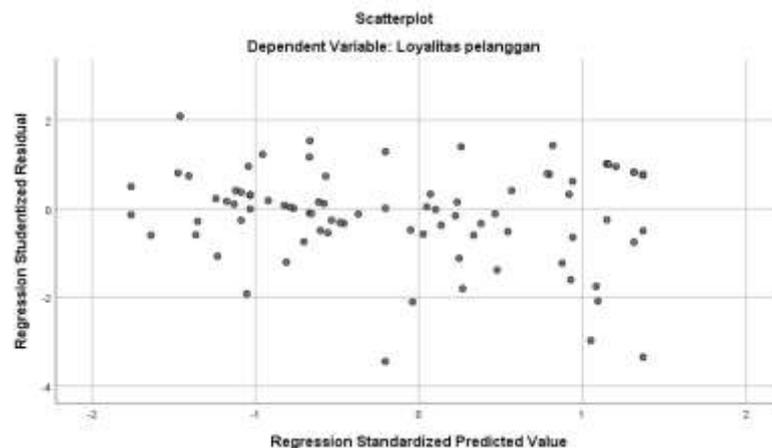
Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah 1 Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi mengalami kesamaan variasi dari residual satu pengamatan dengan residual pengamatan yang lain. Apabila variasi dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Namun apabila sebaliknya maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak tetap (heteroskedastisitas) (Ghozali,2013).

Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Jika probabilitas signifikan $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika probabilitas signifikan $<0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 2.4 berikut ini :

Gambar 2. 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dengan melihat grafik scatterplot diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu, serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

F. Analisis Statistik Inferensial

1. Analisis Regresi Liinear Berganda

Analisis regresi liinear berganda merupakan analisis asosiatif yang berguna untuk meneliti pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel tergantung pada variabel bebas (independent variabel) maupun variabel terikat (dependent variabel). Variabel bebas (independent variabel) pada penelitian ini yaitu Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Variasi Produk (X3). Sedangkan variabel bebas (dependent variabel) yaitu Loyalitas Pelanggan (Y). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4. 8
Hasil Analisis Regresi Liinear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.795	3.810	
	CITA RASA	.197	.108	.167
	KUALITAS PELAYANAN	.550	.111	.478
	VARIASI PRODUK	.274	.152	.198

Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber : Hasil pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat disusun persamaan regresi linier sebagai berikut :

$$Y = 4.795 + 0.197X_1 + 0.550 X_2 + 0.274 X_3$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (b_0) = 4,795 menunjukkan besarnya variabel loyalitas pelanggan (Y) jika variabel Cita Rasa (X1), variabel Kualitas Pelayanan (X2), Variabel Variasi produk (X3), sama dengan nol.
- b. Nilai koefisien regresi variabel Cita Rasa (X1) (b_1) sebesar 0,197 konstan. Menunjukkan besarnya peran Cita Rasa (X1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X2), variabel Variasi Produk (X3), konstan. Artinya apabila faktor Cita Rasa (X1) meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel Loyalitas Pelanggan (Y) meningkat sebesar 0,197 satuan nilai dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan (X2), Variasi Produk (X3) konstan.
- c. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) (b_2) sebesar 0,550 konstan. Menunjukkan besarnya peranan variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Loyalitas Pelayanan (Y) dengan asumsi variabel Cita Rasa (X1), Variasi Produk (X3) konstan. Artinya apabila faktor variabel Kualitas Pelayanan meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel Loyalitas Pelayanan (Y) meningkat sebesar 0,550 satuan nilai dengan asumsi variabel Cita Rasa (X1), Variasi produk (X3), konstan.
- d. Nilai koefisien regresi variabel Variasi produk (X3) (b_3) sebesar 0,274 konstan. Menunjukkan besarnya peran variabel Variasi produk (X3) terhadap variabel Loyalitas Pelayanan (Y) dengan asumsi variabel Cita Rasa (X1),

Kualitas Pelayanan (X2), konstan. Artinya apabila faktor variabel variasi Produk meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel Loyalitas Pelayanan (Y) meningkat sebesar 0,274 satuan nilai dengan asumsi variabel Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), konstan.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat (Sugiyono,2017). Variabel bebas yaitu Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Variasi Produk (X3), sedangkan variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).

Tabel 4. 9
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.558	.544	3.21824

a. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Sumber : Hasil pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,544 atau 54,4%. Hal ini menunjukkan jika variabel Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Variasi Produk (X3), dapat menjelaskan variabel Loyalitas Pelayanan (Y) sebesar 54,4% , sisanya sebesar 45,6% (100% - 54,4%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji t) berfungsi untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variasi bebas terhadap variabel tak bebas secara individual (parsial) (Asnawi dan Masyhuri 2009 : 182-183). Hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut ini :

Tabel 5. 1
Hasil uji Parsial (uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.795	3.810		1.259	.001
	CITA RASA	.197	.108	.167	1.818	.023
	KUALITAS PELAYANAN	.550	.111	.478	4.950	.000
	VARIASI PRODUK	.274	.152	.198	1.802	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas pelayanan

Sumber : Hasil pengolahan Data dengan SPSS 26.0

1. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Cita Rasa (X1) Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) Bentuk Pengujian Hipotesisi Berdasarkan Statistik dapat dilihat sebagai berikut :

Kriteris Pengambilan Keputusan

1. Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$
2. Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$

Dari tabel 4.9 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,818 dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%, n-k = 100-3 = 97) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Dari uraian tersebut dapat diketahui

bahwa nilai t_{hitung} (1,818) $>$ t_{tabel} (1,660), demikian dengan nilai signifikannya sebesar $0,02 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima. Artinya variabel Cita Rasa (X1) berpengaruh terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

2. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) Bentuk Pengujian Hipotesisi Berdasarkan Statistik dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$
- 2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$

Dari tabel 4.9 diperoleh t_{hitung} sebesar 4,950 dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%, $n-k = 100-3 = 97$) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (4,950) $>$ t_{tabel} (1,660), dan nilai signifikannya sebesar $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima, artinya variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelayanan (Y).

3. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Variasi Produk (X3) Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) Bentuk Pengujian Hipotesisi Berdasarkan Statistik dapat dilihat sebagai berikut :

- 1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$
- 2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$

Dari tabel 4.9 diperoleh t_{hitung} sebesar 1,802 dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%, $n-k = 100 - 3 = 97$) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (1,802) $>$ t_{tabel} (1,660), dan nilai signifikansinya sebesar $0,04 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya variabel Variasi Produk (X3) berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelayanan (Y). penelitian ini

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Efrida Julianti Hasbuan,dkk(2022) yang berjudul Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu. Variasi produk makanan yang disediakan oleh rumah makan Holat Afifah Rantauprapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelayanan.

b. Uji Serempak (Uji F)

Uji serempak (uji F) digunakan untuk menguji apakah variabel bebas (cita rasa, kualitas pelayanan dan variasi produk) berpengaruh terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan). Menurut Imam Ghozali (2018:115), apabila nilai signifikannya $< 5\%$ maka variabel bebas akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat .Hasil uji serempak (uji f) dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut ini :

Tabel 5. 2
Hasil Uji Serempak (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1254.720	3	418.240	40.382	.000 ^b
	Residual	994.280	96	10.357		
	Total	2249.000	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

b. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil pengolahan Data dengan SPSS 26.0

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistic dapat dilihat sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- 1) Hipotesis diterima apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig. < 0,05$
- 2) Hipotesis ditolak apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig. > 0,05$

Berdasarkan tabel 5.0 diatas menunjukkan bahwa hasil uji F_{hitung} sebesar 40,382 dengan $\alpha = 5\%$ dengan rumus hitung F_{tabel} $df1 = (K) = 3$ dan $df2 = (n-k-1) = (100-3-1) = 96$. Diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} (40,382) > F_{tabel} (2,70)$ dan nilai signifikansi nya sebesar $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga variabel diterima, artinya variabel Cita rasa (X1), Kualitas pelayanan (X2), Variasi Produk (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Loyalitas Pelayanan (Y).

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka tahapan selanjutnya adalah penjelasan hubungan antara variabel pada penelitian. Penjelasan hasilnya sebagai berikut :

1. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian uji variabel Cita Rasa (X1) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} (1,818) > t_{tabel} (1,660)$, dan nilai signifikannya sebesar $0,02 < 0,05$ sedangkan pada nilai $F_{hitung} (40,382) > F_{tabel} (2,70)$ dan nilai signifikansi nya sebesar $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis variabel Cita Rasa berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada usaha jus buah Adinda Jus di Rantauprapat.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian uji variabel Kualitas Pelayanan (X2) menunjukkan nilai $t_{hitung} (4,950) > t_{tabel} (1,660)$, dan nilai signifikannya sebesar $0,00 < 0,05$ sedangkan pada nilai $F_{hitung} (40,382) > F_{tabel} (2,70)$ dan

nilai signifikansi nya sebesar $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis variabel Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada usaha jus buah Adinda Jus di Rantauprapat. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Junita, Nasution dkk (2020) yang berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas layanan dan Brand Preference Terhadap Tingkat Penjualan Pada Toko Bintang Terang Motor Rantauprapat. Pada penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan. Konsumen menilai pelayanan pada toko bintang terang motor sangat memuaskan sehingga konsumen merasa puas dan nyaman berbelanja di toko bintang motor Rantauprapat.

Menurut penelitian Simanjorang, Sinaga dkk (2022) yang berjudul Pengaruh harga, Kualitas produk, Kualitas Layanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM (Studi Pada Toko Perabot Aluminium “SAS” Rantauprapat, menjelaskan bahwa selain memberikan pelayanan yang sopan dan ramah, strategi toko untuk terus mempertahankan loyalitas pelanggan dengan selalu memberikan hadiah saat menjelang hari besar juga merupakan salah satu faktor yang membuat pelanggan nyaman dan bahagia dalam melakukan pembelian.

3. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian uji variabel Variasi Produk (X3) menunjukkan nilai $t_{hitung} (1,802) > t_{tabel} (1,660)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,04 < 0,05$ sedangkan pada nilai $F_{hitung} (40,382) > F_{tabel} (2,70)$ dan nilai signifikansi nya sebesar $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa

hipotesis variabel Variasi produk berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada usaha jus buah Adinda Jus di Rantauprapat. Menurut Kolter (2009:72) variasi produk merupakan ahli tersendiri dalam suatu merk produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri.

4. Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Variasi produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis keempat dapat diketahui bahwa variabel cita rasa, kualitas pelayanan dan variasi produk secara simultan (bersamaan) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jus buah Adinda jus di Rantauprapat.