

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

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

##### **1. Gambaran Umum Perusahaan**

Warkop Pink Ponk adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Warkop Pink Ponk ini resmi beroperasi pada tanggal 27 Juni 2021. Perubahan sistem manajemen yang selalu berkesinambungan dari sejak berdiri hingga saat ini, membuat Warkop Pink Ponk berkembang menjadi semakin lebih baik pula.

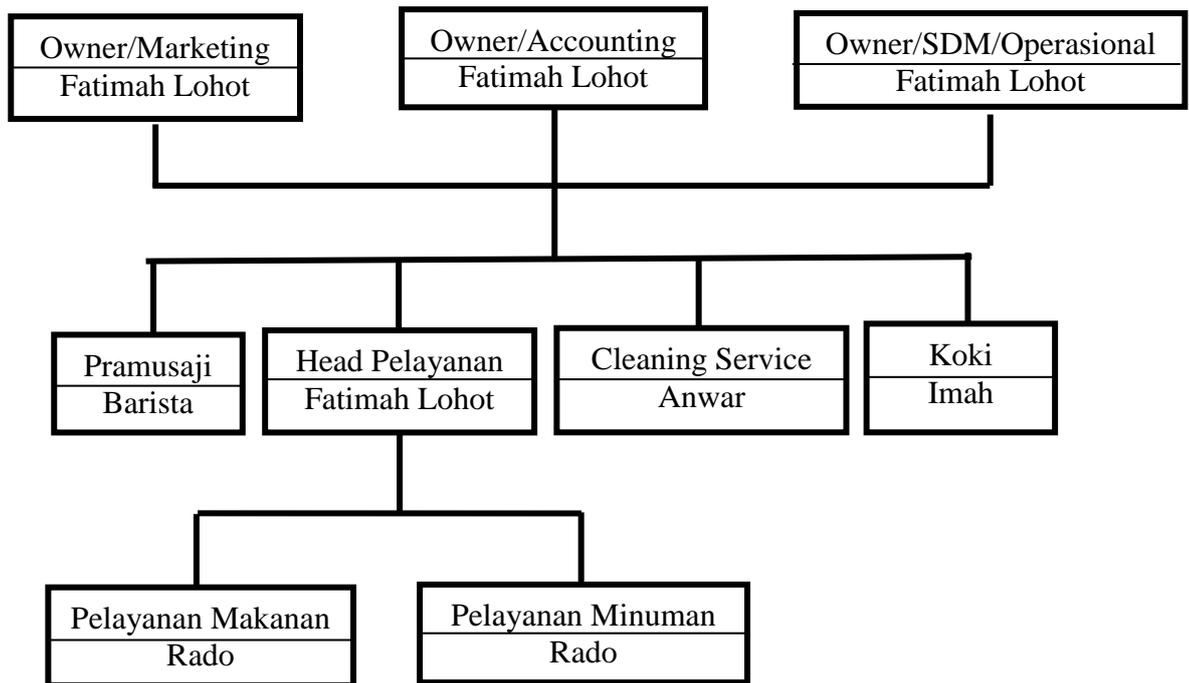
Visi dan Misi Visi Memperkenalkan kopi kepada masyarakat Indonesia, khususnya di Aek Nabara. Setelah Visi itu terlaksana tentunya Warkop Pink Ponk juga memiliki misi, adapun misi dari Warkop Pink Ponk adalah sebagai berikut:

- 1) Menjadikan seluruh karyawan Warkop Pink Ponk menjadi karyawan yang andal
- 2) Memberikan pelayanan prima kepada customer
- 3) Memberikan harga yang terjangkau

Organisasi Warkop Pink Ponk telah terstruktur dengan baik, sehingga fungsi dan tugas operasional juga telah berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari kerjasama sebagai sebuah time work yang saling mengisi kekurangan satu dengan yang lainnya. Selain itu hubungan antara karyawan dan manager serta staf karyawan yang lainnya pun juga terjalin

dengan baik. Dalam dunia kerja, perlu adanya sebuah struktur organisasi yang terjalin dan terinteraksi dengan baik guna mencapai tujuan bersama dalam suatu organisasi. Berikut ini adalah struktur organisasi Warkop Pink Ponk :

**Gambar 4.1. Struktur Organisasi Warkop Pink Ponk**



**Sumber : Warkop Pink Ponk (2023)**

Dari gambar struktur organisasi tersebut dapat dilihat adanya sebuah hubungan yang terinteraksi antara berbagai jabatan yang satu dan yang lainnya, dimana masing-masing bagian mempunyai tugas dan kewajiban yang harus dijalankan.

Setiap bagian operasional mempunyai tugas dan fungsinya masing – masing, seperti yang penulis jelaskan di bawah ini :

- 1) Owner/marketing, Bertugas sebagai penanggung jawab utama atas kegiatan dalam Cafe, lebih pada membentuk, memelihara, dan mengevaluasi strategi marketing yang sedang atau akan dijalankan oleh Warkop Pink Ponk.
- 2) Owner/accounting, Bertugas dan bertanggung jawab atas untuk memroses dan mengelola laporan keuangan dan mencatat transaksi dari bisnis, memiliki tanggung jawab pada urusan pajak. Akuntan bertanggung jawab pada pengelolaan data keuangan Warkop Pink Ponk untuk memenuhi tujuan kualitatif perhitungan perpajakan.
- 3) Owner/SDM/operasional, Bertugas dan bertanggung jawab terhadap kelancaran proses operasional, memberikan pengawasan dan control operasional, dan juga sebagai penghubung antara karyawan Warkop Pink Ponk.
- 4) Pramusaji, Bertugas memberikan pelayanan terhadap konsumen berupa pelayanan dalam menyajikan makanan. Pramusaji merupakan sebutan bagi para pelayan konsumen yang bekerja di Warkop Pink Ponk. Pramusaji inilah Warkop Pink Ponk yang akan menyambut kedatangan para konsumen dan mengantarkan pesanan dari para konsumen.
- 5) Head pelayanan, Bertugas sebagai pemegang dan pengatur melayani kebutuhan makanan dan minuman bagi tamu secara profesional. Bisa dikatakan bahwa ujung tombak usaha makanan dan minuman di Warkop Pink Ponk.

- 6) Cleaning service, Bertugas untuk memberikan sebuah pelayanan kerapihan, kebersihan Warkop Pink Ponk. Baik di dalam Cafe atau juga di luar Cafe dan tugas pokok dari cleaning service Warkop Pink Ponk yaitu untuk dapat menjaga serta merawat kebersihan berbagai area Cafe.
- 7) Koki, Bertugas membuat resep, menentukan dan menakar bahan-bahan masakan, memasak, juga menyajikan suatu hidangan yang enak rasanya, terlihat indah, dan layak untuk dibayar.
- 8) Kasir Swalayan, Bertugas dan bertanggung jawab melayani pelanggan dia area Warkop Pink Ponk, menata dan menyusun barang barang di Cafe dengan rapi dan menarik.
- 9) Pelayanan makanan, Bertugas mencatat, melayani, dan mengantarkan pemesanan makanan para tamu Warkop Pink Ponk.
- 10) Pelayanan minuman, Bertugas mencatat, melayani, dan mengantarkan pemesanan minuman para tamu Warkop Pink Ponk.

## **2. Hasil Deskripsi Responden Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis mengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

### **a. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin**

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini dapat diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada**  
**konsumen Warkop Pink Ponk Aek Nabara**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	45	55,0	55,0	55,0
Perempuan	30	45,0	45,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

**Sumber : Olah Data (2023)**

Berdasarkan tabel data diatas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan Jenis kelamin, dari jenis kelamin perempuan didapatkan jumlah sebanyak 45 orang dengan angka presentasi 55%, dan jenis kelamin laki-laki didapatkan jumlah sebanyak 30 orang dengan angka presentasi 45%. Jadi total keseluruhan yang didapatkan berjumlah 75 orang , dengan jumlah presentasi 100%.

**b. Responden berdasarkan umur**

Berdasarkan umur, maka responden dalam penelitian ini dapat diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Pada konsumen**  
**Warkop Pink Ponk Aek Nabara**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SLTA	20	23,9	23,9	23,9
D3	30	56,9	56,9	80,7
S1	10	8,3	8,3	89,0
S2	15	11,0	11,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

**Sumber : Olah Data (2023)**

Berdasarkan tabel data diatas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tingkat pendidikan, dari SLTA didapatkan jumlah

sebanyak 20 orang dengan angka presentasi 23,9%, dari Diploma 3 didapatkan jumlah sebanyak 30 orang dengan angka presentasi 59,9%, dari S-1 didapatkan jumlah sebanyak 10 orang dengan angka presentasi 8,3%, dan dari S-2 dapatkan jumlah 15 orang dengan presentasi 15%. Jadi total keseluruhan yang didapatkan berjumlah 75 orang, dengan jumlah presentasi 100%.

**c. Responden berdasarkan pekerjaan**

Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini dapat diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Pada**  
**Konsumen Warkop Pink Ponk Aek Nabara**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25 – 30	27	37,6	37,6	37,6
31 – 40	28	38,5	38,5	76,1
40 – 50	10	11,9	11,9	88,1
50 – 60	10	11,9	11,9	100,0
Total	75	100,0	100,0	

**Sumber : Olah Data (2023)**

Berdasarkan tabel data diatas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tingkat usia, usia 25-30 tahun didapatkan jumlah sebanyak 27 orang, dengan presentasi 37,6%, usia 31-40 tahun didapatkan jumlah sebanyak 28 orang, dengan presentasi 38,5%, usia 40-50 tahun didapatkan jumlah sebanyak 10 orang dengan angka presentasi sebanyak 11,9 %, dan usia 50-60 tahun didapatkan jumlah sebanyak 10 orang, dengan angka presentasi 11,9%. Jadi total

keseluruhan yang didapatkan berjumlah 75 orang, dengan jumlah presentasi 100%.

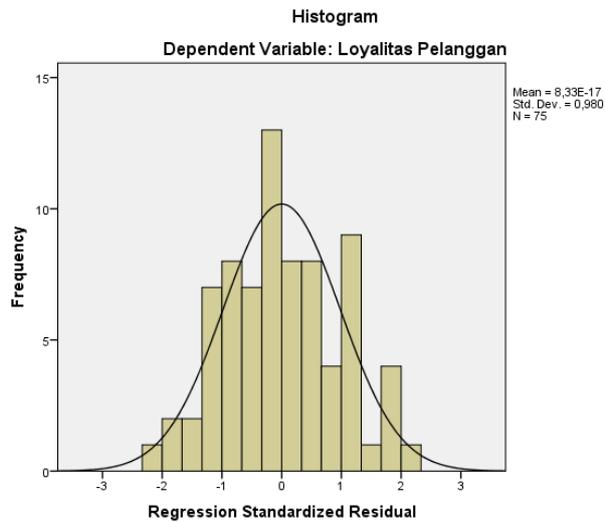
### **3. Uji Asumsi Klasik**

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

Menurut Ghozali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak dimana model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Salah satu cara untuk melihat distribusi normal adalah dengan melihat *normal probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

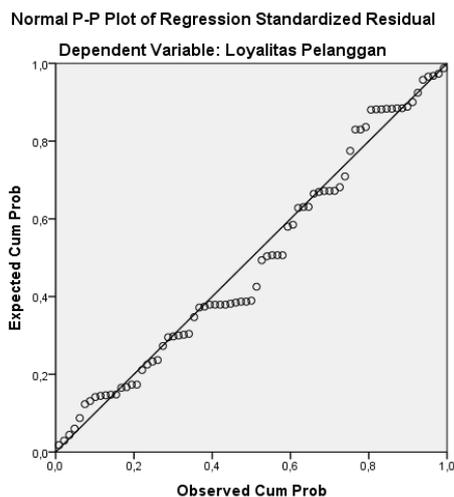
Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis grafik yang dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal grafik, maka hal ini ditunjukkan pada distribusi normal sehingga model persamaan regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal grafik maka hal ini tidak menunjukkan pola distribusi normal sehingga persamaan regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Diviani, 2015).



**Sumber : Olahan Data Warkop Pink Ponk Aek Nabara 2023**  
**Gambar 4.2 Histogram**

Melalui SPSS Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik membentuk diagonal dan berada di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan normal.



**Sumber : Olahan Data Warkop Pink Ponk Aek Nabara 2023**  
**Gambar 4.3 PP Plot**

Pada gambar 4.6 menunjukkan bahwa pada plot terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual peneliti normal. Namun untuk memastikan di sepanjang garis berdistribusi normal, maka dilakukan uji kolmogorov-smirnov (K-S)

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji KolmogorovSmirnov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,30080903
Most Extreme Differences	Absolute	,124
	Positive	,124
	Negative	-,083
Test Statistic		,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,006 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber Data Warkop Pink Ponk Aek Nabara 2023**

Pada tabel 4.8 terlihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,06 dan diatas nilai signifikan (0,05) dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada data dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance value dan varians inflation faktor (VIF). Apabila  $VIF > 5$  dan  $tolerance > 0,1$  maka tidak terdapat multikolinearitas.

**Tabel 4.5**  
**Tabel Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,114	2,990		4,386	,000		
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	,280	,160	,296	1,750	,084	,377	2,655
Layanan (X <sub>2</sub> )	,225	,172	,219	1,305	,196	,380	2,631
Lokasi (X <sub>3</sub> )	,012	,115	,011	,104	,918	,980	1,020

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

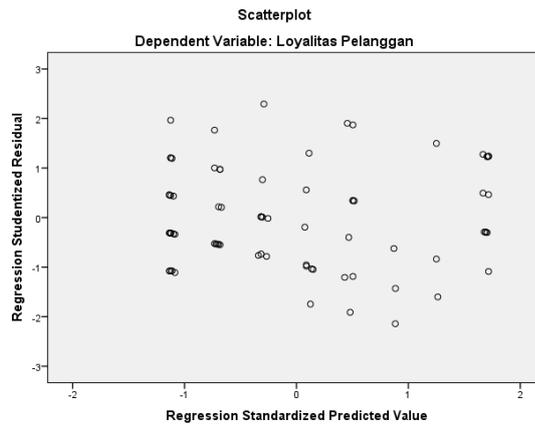
**Sumber : Hasil Penelitian 2023 Warkop Pink Ponk Aek Nabara**

Pada tabel 4.5 terlihat bahwa nilai tolerance dari variabel kualitas produk ( $0,377 > 0,1$ ), variabel layanan ( $0,380 > 0,1$ ) dan variabel lokasi ( $0,980 > 0,1$ ). Sedangkan nilai VIF variabel kualitas produk ( $2,655 < 5$ ), variabel layanan ( $2,631 < 5$ ) dan variabel lokasi ( $1,020 < 5$ ).

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan metode grafik scatterplot dan uji glejser.



**Sumber : Olahan Data Warkop Pink Ponk Aek Nabara 2023  
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot**

Pada gambar 4.4 menunjukkan bahwa penyebaran residual cenderung tidak teratur terdapat titik titik yang berpencar dan tidak membentuk pola. Kesimpulan yang dapat diperoleh adalah tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk, persepsi harga dan gaya hidup interpersonal.

**Tabel 4.6  
Hasil Uji Glejser  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,009	1,575		-,006	,995
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	,239	,084	,516	2,835	,006
Layanan (X <sub>2</sub> )	-,158	,091	-,316	-1,741	,086
Lokasi (X <sub>3</sub> )	-,019	,060	-,035	-,309	,758

a. Dependent Variable: abs\_res

**Sumber : Hasil Penelitian 2023 Warkop Pink Ponk Aek Nabara**

Pada tabel 4.6 menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas, dimana hasil uji signifikan variabel kualitas produk, variabel layanan dan variabel lokasi menunjukkan nilai lebih besar dari

0,05 jadi dapat disimpulkan tidak terdapat adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan menggunakan alat pengolahan data SPSS versi 23 for windows, diperoleh hasil pada tabel 4.7 sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

ModelU	nstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,114	2,990		4,386	,000
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	,280	,160	,296	1,750	,004
Layanan (X <sub>2</sub> )	,225	,172	,229	1,305	,003
Lokasi (X <sub>3</sub> )	,212	,115	,214	,704	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

#### Sumber Hasil Penelitian Warkop Pink Ponk 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, jika dilihat nilai B maka dapat diketahui nilai koefisien regresi masing-masing variabel. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk adalah 0,280, untuk variabel layanan adalah 0,225 dan variabel lokasi adalah 0,212. Sedangkan, nilai konstanta adalah 13,114.

Dari nilai tersebut dapat dibentuk suatu model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 13,114 + 0,280X_1 + 0,225X_2 + 0,212X_3$$

Persamaan diatas dapat diterjemahkan :

- a) Konstanta (a) sebesar 13,114 berarti bahwa jika variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>), variabel layanan (X<sub>2</sub>) dan variabel lokasi (X<sub>3</sub>) konstan atau bernilai nol, maka loyalitas pelanggan (Y) sebesar 13,114.

- b) Koefisien regresi  $b_1$  sebesar 0,280 berarti jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ) naik satu satuan dan variabel lain konstan, maka loyalitas pelanggan ( $Y$ ) naik sebesar 0,280.
  - c) Koefisien regresi  $b_2$  sebesar 0,225 berarti jika variabel layanan ( $X_2$ ) dan variabel lain konstan, maka loyalitas pelanggan ( $Y$ ) naik sebesar 0,225.
  - d) Koefisien  $b_3$  sebesar 0,212 berarti bahwa jika variabel lokasi ( $X_3$ ) dan variabel lain konstan, maka loyalitas pelanggan ( $Y$ ) naik sebesar 0,012.
- a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk membuktikan pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), layanan ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) secara parsial atau individual. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Nilai  $t_{hitung}$  diperoleh dari pengolahan SPSS, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari tabel statistik yaitu nilai t pada derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - k = 75 - 4 = 71$  yaitu 0,230.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	U	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,114	2,990		4,386	,000
	Kualitas Produk ( $X_1$ )	,280	,160	,296	1,750	,004
	Layanan ( $X_2$ )	,225	,172	,229	1,305	,003
	Lokasi ( $X_3$ )	,212	,115	,214	,704	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Sumber hasil penelitian Warkop Pink Ponk Aek Nabara (2023)**

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa :

- Untuk variabel kualitas produk ( $X_1$ ), diperoleh hasil nilai  $t_{hitung} 1,750 > t_{tabel} 0,230$  pada taraf signifikan  $0,004 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara parsial bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Warkop Pink Ponk Aek Nabara dengan begitu Hipotesis diterima.
- Untuk variabel layanan ( $X_2$ ), diperoleh hasil nilai  $t_{hitung} 1,305 > t_{tabel} 0,230$  pada taraf signifikan  $0,003 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara parsial bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Warkop Pink Ponk Aek Nabara. Dengan demikian hipotesis dapat diterima.
- Untuk variabel lokasi ( $X_3$ ), diperoleh hasil nilai  $t_{hitung} 0,704 > t_{tabel} 0,230$  pada taraf signifikan  $0,001 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara parsial bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Warkop Pink Ponk Aek Nabara dengan begitu Hipotesis diterima.

**b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk membuktikan pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan gaya hidup ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) secara simultan atau bersamaan.

Hasil uji simultan (Uji F) ditampilkan pada tabel 4.13 berikut :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38,784	3	12,928	7,331	,000 <sup>b</sup>
	Residual	125,216	71	1,764		
	Total	164,000	74			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Layanan, Lokasi

**Sumber : Hasil Penelitian Warkop Pink Ponk 2023**

Berdasarkan tabel 4.13 diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,331 dengan signifikansi 0,00. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  yang digunakan adalah nilai distribusi F dengan derajat kebebasan (df) yaitu :

$$df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3 \text{ dan } df_2 = n - k = 75 - 4 = 71 \text{ pada } \alpha = 0,05$$

dimana :

k = jumlah variabel

n = jumlah sampel

maka, nilai  $F_{tabel}$  yang digunakan adalah  $F_{0,05} (3,74)$  yaitu 2,73.

Selanjutnya nilai  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ , maka diperoleh nilai  $F_{hitung} (7,331) > F_{tabel} (2,73)$  pada taraf signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, layanan dan lokasi secara simultan (bersamaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara dengan demikian hipotesis dapat diterima.

**c. Koefisien Determinasi ( $R^3$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut ini :

**Tabel 4.10**  
**Uji Determinasi ( $R^3$ )**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,486 <sup>a</sup>	,236	,204	1,328

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Layanan, Lokasi

**Sumber Penelitian Warkop Pink Ponk Aek Nabara 2023**

Besarnya koefisien determinasi ( $R^3$ ) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,204. Hasil ini mengandung pengertian bahwa keputusan pembelian pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara dipengaruhi oleh kualitas produk, layanan dan lokasi sebesar 20,4 %. Sedangkan sisanya sebesar 70,6 % (100 % - 20,4 %), dimana 100% dikurangi 20,4% adalah 70,6% dipengaruhi faktor lainnya seperti cita rasa, lokasi dan lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**B. Pembahasan**

**1. Pengaruh kualitas produk Terhadap loyalitas Pelanggan Pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara.**

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas

pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara, dimana  $t_{hitung} 1,750 > t_{tabel} 0,230$  pada taraf signifikan  $0,004 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjamin loyalitas pelanggan dengan baik.

Penelitian ini sejalan dengan (Wirawan et al., 2019) Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian hipotesis bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variable intervening. Sedangkan pengujian hipotesis lainnya menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

## **2. Pengaruh layanan terhadap loyalitas pelanggan Pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara.**

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) diketahui bahwa variabel layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara, dimana diperoleh hasil nilai  $t_{hitung} 1,305 > t_{tabel} 0,230$  pada taraf signifikan  $0,003 < 0,05$ . Dengan melihat hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa layanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, dengan layanan yang baik maka konsumen akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Hartanto & Andreani, 2019) Penelitian yang diberi judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap

Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya”. Dari hasil analisa penelitian juga ditemukan bahwa kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara variabel kualitas produk ditemukan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada De Mandailing Cafe adalah kualitas layanan.

### **3. Pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara.**

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) diketahui bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara, dimana diperoleh hasil nilai  $t_{hitung} 0,704 > t_{tabel} 0,230$  pada taraf signifikan  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa jika lokasi mengikuti kemajuan zaman dan seperti keinginan para kaula remaja saat ini maka menjamin loyalitas pelanggan dengan baik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Siregar & Hakim, 2017) Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. Dari hasil analisis linier sederhana menunjukkan variabel bebas memiliki efek yang signifikan pada tergantung. menemukan bahwa pentingnya lokasi, kualitas produk, dan harga diatas alpha 0.05 (5%), dan nilai t  $X_1$  sama dengan 503,  $X_2$  sama dengan 2304 dan  $X_3$  dimana untuk 1540 lebih besar dari 1,661 ( $t > t$

tabel). Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu lokasi, kualitas produk dan efek harga pada loyalitas pelanggan.

#### **4. Pengaruh Kualitas Produk, layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara.**

Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (uji F) diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ , maka diperoleh nilai  $F_{hitung} (7,331) > F_{tabel} (2,73)$  pada taraf signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, layanan dan lokasi secara simultan (bersamaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warkop Pink Ponk Aek Nabara dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Anggraeni, 2019) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). Berdasarkan hasil penelitian ini sebaiknya pemilik Rumah Makan Sakinah terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk , kualitas pelayanan dan lokasi mulai dari cita rasa, porsi yang pas, variasi lauk yang ditawarkan sampai memberikan jaminan halal bagi produk yang ditawarkan, hal ini dilakukan agar pelanggan terus merasa puas dan akan kembali dimasa yang akan datang.