

ABSTRAK

Loyalitas konsumen merupakan faktor penting bagi keberlangsungan usaha kuliner. Namun, pada Usaha Seblak Ronyok Krueng Geukueh masih terdapat permasalahan terkait transparansi harga dan kualitas pelayanan, seperti adanya keluhan konsumen mengenai tidak diberikannya struk pembelian, harga yang dinilai kurang sesuai dengan jumlah topping, serta pelayanan yang dinilai lambat pada saat jam ramai. Permasalahan tersebut diduga dapat memengaruhi loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen masih perlu dikaji pada objek penelitian yang berbeda untuk memperkaya temuan empiris mengenai loyalitas konsumen pada sektor kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Usaha Seblak Ronyok Krueng Geukueh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Usaha Seblak Ronyok Krueng Geukueh yang jumlahnya tidak diketahui (populasi tidak terhingga). Sampel penelitian sebanyak 100 responden ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik non-probability sampling melalui metode purposive sampling. Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1–5, sedangkan analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Usaha Seblak Ronyok Krueng Geukueh. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung harga sebesar $4,802 > t$ tabel sebesar $1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, serta nilai t hitung kualitas pelayanan sebesar $6,324 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar $134,128$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada usaha Seblak Ronyok Krueng Geukueh.

Kata kunci: harga, pelayanan, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

Consumer loyalty is an important factor in ensuring the sustainability of culinary businesses. However, Seblak Ronyok Krueng Geukueh still faces problems related to price transparency and service quality, such as customer complaints regarding the absence of purchase receipts, prices perceived as inconsistent with the amount of toppings received, and slow service during peak hours. These problems are presumed to affect consumer loyalty. In addition, studies examining the influence of price and service quality on consumer loyalty still need to be conducted in different research settings to enrich empirical findings in the culinary sector. Therefore, this study aims to analyze the influence of price and service quality on consumer loyalty at Seblak Ronyok Krueng Geukueh. This study employed a quantitative method with an associative approach. The population consisted of all consumers of Seblak Ronyok Krueng Geukueh, with an unknown (infinite) population size. A sample of 100 respondents was determined using the Lemeshow formula with a non-probability sampling technique through purposive sampling. The data used consisted of primary and secondary data. Data were collected through questionnaires, observations, and documentation. The questionnaire was developed using a five-point Likert scale, and the data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that both price and service quality had a positive and significant effect on consumer loyalty at Seblak Ronyok Krueng Geukueh. This was evidenced by the price variable with a t-value of 4.802 > t-table of 1.985 and a significance value of 0.000 < 0.05, while the service quality variable obtained a t-value of 6.324 > t-table of 1.985 and a significance value of 0.000 < 0.05. Furthermore, the simultaneous test showed an F-value of 134.128 with a significance value of 0.000 < 0.05, indicating that price and service quality simultaneously had a positive and significant effect on consumer loyalty at Seblak Ronyok Krueng Geukueh.

Keywords: price, service, consumer loyalty.