

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KOPI BUBUK GERAS DI DESA COLOL KABUPATEN MANGGARAI TIMUR

EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER LOYALTY OF GERAS POWDERED COFFEE PRODUCTS IN COLOL VILLAGE, EAST MANGGARAI REGENCY

Florentia Ing¹, Maria Salestina Ngoni², Wensislaus Arman Ndau³

^{1,2,3}Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Dan Peternakan Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng

Email: Ingflorentia@Gmail.Com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan produk kopi bubuk Geras di Desa Colol, Kabupaten Manggarai Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,952 lebih besar dari t tabel (0,2973). Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan produk kopi bubuk Geras. Variabel harga (X_2) menunjukkan t_{hitung} sebesar 3,763, lebih besar dari t_{tabel} 0,2973. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai F_{hitung} sebesar 43,850 yang melebihi F_{tabel} sebesar 3,23 serta nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_3 diterima yaitu menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk kopi bubuk Geras.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga Dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Este estudio tiene como objetivo analizar el efecto de la calidad y el precio del producto en la lealtad del cliente de los productos de café molido Geras en Colol Village, East Manggarai Regency. Este estudio utiliza un método cuantitativo. Los resultados del estudio muestran que la variable calidad del producto (X_1) tiene un valor t calculado de 2,952, que es mayor que la tabla t (0,2973). Como el recuento $t >$ la tabla t , entonces se rechaza H_0 y se acepta H_1 , lo que significa que la calidad del producto tiene un efecto positivo en la lealtad del cliente hacia los productos de café molido de Geras. La variable precio (X_2) muestra una tabla t de 3,763, mayor que la tabla t de 0,2973. Por tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_1 , lo que indica que el precio tiene un efecto positivo en la lealtad del cliente. Simultáneamente, la calidad y el precio del producto afectan la lealtad del cliente con un valor de conteo F de 43.850 que supera la tabla F de 3.23 y un valor de significancia de $0.001 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza H_0 y se acepta H_3 , lo que demuestra que ambas variables influyen simultáneamente en la lealtad del cliente hacia los productos de café molido de Geras.

Keyword: *Calidad del producto, precio fidelización del cliente*

PENDAHULUAN

Tanaman Kopi merupakan Komoditi perkebunan yang dikembangkan oleh masyarakat Desa Colol secara turun temurun dari para leluhur yang memiliki kekhasan, Sehingga saat ini banyak dikenal tidak hanya oleh masyarakat lokal tetapi telah terkenal hingga Nasional dan Mancanegara. Menurut (Hamakonda *et al.*, 2024) Masyarakat Desa Colol telah lama membudidayakan kopi, namun upaya budidaya secara terorganisir dimulai pada tahun 2015 melalui Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) yang memperkenalkan kopi arabika dan robusta asal Manggarai, Flores, NTT yang dikenal memiliki kualitas dan rasa yang khas. Meskipun memiliki pengalaman bertani yang luas, petani tetap menghadapi berbagai tantangan yang tercermin dari penurunan hasil panen kopi di Desa Colol pada tahun 2023. Menurut (Metafindo *et al.* (2024), Desa Colol merupakan salah satu kawasan penghasil kopi di Kabupaten Manggarai Timur, Nusa Tenggara Timur, tercatat hanya sebesar 300 kg/Ha. Desa ini memiliki 392 Ha kebun kopi Arabika dan 253 Ha kebun kopi Robusta. Pada tahun 2015, Desa Colol memenangkan Kontes Kopi Seluruh Indonesia (KKSI) di Banyuwangi, Jawa Timur dan dinobatkan sebagai kopi terbaik di Indonesia.

Prestasi besar tersebut, turut mendorong semangat terciptanya produk kopi dengan nama kopi “GERAS”, Nama Geras merupakan nama nenek moyang yang dikenal sebagai salah satu toko pejuang yang sukses dan sebagai bentuk penghormatan kepada beliau. Salah satu UMKM yang berlokasi di Desa Colol, Kecamatan Lamba Leda Timur, Kabupaten Manggarai Timur yaitu Kopi Bubuk Geras. UMKM ini berfokus pada sektor *manufaktur* yaitu mengolah biji kopi menjadi kopi bubuk. Saat ini, Kopi Geras telah dikenal di berbagai kota dan bahkan telah diekspor ke beberapa negara, termasuk Hongkong, Malaysia dan Spain Belanda. kopi Geras memiliki lima varian rasa diantaranya yaitu *Robusta*, *Arabika*, *yellow Catura*, *Red Catura* dan *Juria* komposisinya dari biji kopi asli Colol. Sistem pemasaran kopi Geras menggunakan media *online* seperti *facebook*, *whatsapp*, *instagram* dan *tik tok* dan melakukan pemasaran *offline* melalui penjualan secara langsung ke kafe-kafe, Hotel dan minimarket di Manggrai Raya.

Bagi warga setempat, kopi menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, tidak hanya sebagai elemen utama dalam aktivitas sosial dan upacara adat, tetapi juga sebagai komoditas unggulan yang memberikan peluang ekonomi bagi Desa Colol. Banyak keluarga di Desa Colol bergantung pada penanaman dan pengolahan kopi sebagai sumber pendapatan utama mereka. Kopi Geras menjadi salah satu minuman yang diminati oleh masyarakat Desa Colol Karena rasanya yang luar biasa yaitu cita rasa kopi khas Colol tetap terjaga Karena proses pengolahan

kopi Geras masih menggunakan metode alami, yaitu sangrai di atas tungku api menggunakan wajan.

Adapun tantangan dan masalah yang sering dihadapi oleh pengusaha kopi Geras terkait kualitas yang pertama kualitas biji kopi yang dihasilkan oleh petani seringkali terserang hama atau penyakit tertentu, seperti bintik-bintik hitam yang dapat mempengaruhi biji kopi serta mengurangi kualitas biji. Selain memiliki rasa yang buruk, biji kopi yang terinfeksi dapat menyebabkan produk akhir yang cacat dan berlubang. Kedua biji kopi yang tidak dijemur dengan benar dan memiliki kadar air yang terlalu tinggi menyebabkan pertumbuhan jamur bercak putih pada biji kopi. Ketiga Proses Pencucian atau fermentasi yang tidak sempurna merusak kualitas biji kopi yang dapat menyebabkan biji kopi tidak memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Selain kualitas produk, penentuan harga jual menjadi salah satu tantangan yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha Kopi Geras. Penetapan harga jual kopi Geras melibatkan faktor yang saling terkait, Pertama biaya produksi yaitu harus mempertimbangkan biaya pengolahan yang diperlukan untuk membuat kopi berkualitas tinggi, Ini mencakup pengepakan dan distribusi. Kedua biaya untuk mengembangkan inovasi produk seperti kemasan yang lebih menarik agar tetap bersaing di pasar. Penelitian ini Bertujuan Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kopi Bubuk Geras Di Desa Colol, Kabupaten Manggarai Timur.

METODE PELAKSANAAN

Jenis Dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang memanfaatkan data dalam bentuk angka dan menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji hipotesis dan menentukan hubungan antar variabel.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Colol, Kecamatan Lamba Leda Timur, Kabupaten Manggarai Timur, Provinsi Nusa Tenggara Timur terhitung dari bulan Mei hingga Juni 2025.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan produk kopi bubuk Geras yang berjumlah 80 pelanggan. Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang ditetapkan meliputi konsumen kopi bubuk Geras yang

telah melakukan pembelian minimal dua kali dan berusia minimal 17 tahun. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin : } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

keterangan n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi (10%)

Penyelesaian :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ n &= \frac{80}{1+80(0,1)^2} \\ n &= \frac{80}{1,8} \\ n &= 44 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memerlukan sebanyak 44 responden sebagai sampel.

Variabel penelitian

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas X (*independent Variabel*) : Kualitas Produk(X₁) dan Harga(X₂)
2. Variabel terikat Y (*Dependent*) : Loyalitas Pelanggan

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisioner/angket dan wawancara.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi, yakni membandingkan nilai R_{hitung} dengan R_{tabel}. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai R_{hitung} > R_{tabel}. Dalam proses pengujian ini, nilai *Pearson Correlation* (PC) digunakan sebagai acuan dan dibandingkan dengan R_{tabel}, jika PC > R_t, maka butir pernyataan dalam kuesioner dianggap valid.

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi hasil pengukuran ketika dilakukan dalam situasi yang sama. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dengan R_{tabel}, jika nilai CA > R_t, maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas (Studi *et al.*, 2024).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah data pada suatu kelompok atau variabel terdistribusi secara normal. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual dalam penelitian adalah metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian normalitas data adalah sebagai berikut:

Jika nilai Asymp. Sig. > tingkat signifikansi (0,05), data dianggap berdistribusi normal.

Jika nilai Asymp. Sig. < tingkat signifikansi (0,05), maka data dinyatakan memiliki distribusi tidak normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residual dalam suatu model regresi. Metode yang digunakan dalam pengujian ini adalah metode *Glejser*, di mana variabel *independen* diregresikan terhadap nilai absolut residual (yakni selisih antara nilai aktual dan prediksi Y dalam bentuk positif). Jika nilai signifikansi antara variabel *independen* dan residual absolut > 0,05, maka model dianggap tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinierietas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menentukan apakah ada hubungan linear yang kuat atau hampir sempurna antara variabel *independen* dalam model regresi. Ketika ada korelasi signifikan antara variabel *independen*, disebut multikolinieritas.

Jika nilai VIF < 10.00 dan toleransinya > 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas

Jika nilai VIF > 10.00 dan toleransinya > 0,10 maka terjadi multikolinieritas

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Fatwa *et al.*, 2022) analisis regresi linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengkaji hubungan antara satu variabel dependen berskala kontinu dengan dua atau lebih variabel independen. Pendekatan ini diterapkan melalui langkah-langkah berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

α = Konstanta

β_1 dan β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = Galat (Kekeliruan) 5%

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Nilai koefisien ini berada antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati angka 1, maka semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Parsial

Uji t membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{tabel} ditentukan berdasarkan signifikansi 5% dan derajat bebas $df = (n-k)$, dengan n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen. Kriteria pengujiannya adalah:

- Jika nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ H_0 ditolak
- Jika nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ maka H_1 diterima

Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- jika nilai $f_{hitung} > \text{nilai } f_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- jika nilai $f_{hitung} < \text{nilai } f_{tabel}$ maka H_0 diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

No	item	R_{hitung}	R_{tabel}	keterangan
1	$X_{1.1}$	609	0,2973	Valid
2	$X_{1.2}$	751	0,2973	Valid
3	$X_{1.3}$	835	0,2973	Valid
4	$X_{1.4}$	703	0,2973	Valid
5	$X_{1.5}$	857	0,2973	Valid
6	$X_{1.6}$	849	0,2973	Valid
7	$X_{1.7}$	769	0,2973	Valid
8	$X_{1.8}$	794	0,2973	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah (2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan memenuhi syarat validitas dan dapat digunakan, berdasarkan hasil uji coba validitas instrumen dengan nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Harga Produk (X_2)

No	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	keterangan
1	$X_{2.1}$	831	0,2973	Valid
2	$X_{2.2}$	753	0,2973	Valid
3	$X_{2.3}$	705	0,2973	Valid
4	$X_{2.4}$	742	0,2973	Valid
5	$X_{2.5}$	797	0,2973	Valid
6	$X_{2.6}$	802	0,2973	Valid
7	$X_{2.7}$	749	0,2973	Valid
8	$X_{2.8}$	873	0,2973	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen, analisis menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Y1	856	0,2973	Valid
2	Y2	869	0,2973	Valid
3	Y3	924	0,2973	Valid
4	Y4	815	0,2973	Valid
5	Y5	910	0,2973	Valid
6	Y6	856	0,2973	Valid
7	Y7	869	0,2973	Valid
8	Y8	768	0,2973	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah (2025)

Hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid, karena nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	R_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Produk	881	0,2973	Reliabel
2	Harga Produk	906	0,2973	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan	945	0,2973	Reliabel

Sumber: Data Primer, Diolah (2025)

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach alpha* > R_{tabel} di bawah hasil uji reliabilitas penelitian ini menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian ini reliabel.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda *Coefficients*^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Constant	-327	3.744	
Kualitas	.437	.148	3.88
Harga	.565	.150	495

Sumber : Data Primer, Diolah (2025)

Persamaan regresi linear berganda berikut dapat diperoleh dari tabel 4.5, dengan nilai konstan -327 dan kualitas nilai (β) 0,437 dan harga nilai (β) 0,565.

$$Y = -327 + 0,437X_1 + 0,565X_2 + e$$

Interprestasi:

1. Nilai konstan sebesar -327 menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan sebesar -327 jika nilai variabel kualitas produk dan harga sama dengan nol.
2. Nilai koefisien kualitas produk (X_1) adalah 0,437 yang berarti bahwa setiap peningkatan 1% pada variabel kualitas produk (X_1) menghasilkan peningkatan tingkat loyalitas pelanggan sebesar 0,437 atau penurunan 1% pada variabel kualitas produk (X_2) menghasilkan penurunan tingkat loyalitas pelanggan sebesar 0,437.
3. Nilai koefisien harga (X_2) adalah 0,565 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% dalam variabel harga (X_2) menghasilkan peningkatan tingkat loyalitas pelanggan sebesar 0,565 atau penurunan 1% dalam variabel harga (X_2) menghasilkan penurunan tingkat loyalitas pelanggan sebesar 0,565.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.825 ^a	.681	.666	2.76927

Sumber: Data Primer, Diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4.6, diketahui hasil perhitungan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,666. hal ini berarti bahwa 66,6% variasi loyalitas pelanggan (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) sedangkan sisanya sebesar 33,4% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Stanadardized Coefficients		t	Sig
	B	Std. Error	Beta			
1						
(Constant)	-327	3.744			-.087	.931
Kualitas	.437	.148	.388		2.952	.005
Harga	.565	.150	.495		3.763	<.001

Sumber: Data Primer, Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 7, nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar 2,952 dan nilai t_{hitung} variabel harga sebesar 3,763 dan nilai t_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 0,2973. Berdasarkan hal tersebut maka:

1. Variabel kualitas produk (X_1) diketahui t_{hitung} sebesar 2,952, berdasarkan keterangan tersebut maka $t_{hitung} (2,952) > t_{tabel} (0,2973)$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. artinya terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk kopi bubuk Geras.
2. Variabel harga (X_2) diketahui t_{hitung} sebesar 3,763, berdasarkan keterangan tersebut maka $t_{hitung} (3,763) > t_{tabel} (0,2973)$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. artinya terdapat pengaruh yang positif antara variabel harga terhadap loyalitas pelanggan produk kopi bubuk Geras.

Uji Simultan (Uji F)

Dalam analisis regresi linier berganda, uji F adalah teknik pengujian statistik yang menentukan apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel *dependen* ketika variabel *independen* digunakan secara bersamaan. Dengan kata lain, uji F digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh model regresi dari semua variabel bebas sama dengan variabel terikat. berikut hasil uji F dalam penelitian ini:

Tabel 8 Hasil Uji Simultan (Uji f)

Model	Sum Of Square	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	672.554	2	336.277	43.850	<,001 ^b
Residual	314.424	41	7.669		
Total	986.977	43			

Sumber: Data Primer, Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa nilai Fhitung dalam penelitian ini sebesar 43,850 > F_{tabel} sebesar 3,23 dan nilai signifikansi sebesar 001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil *uji regresi parsial* (uji t), diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* yaitu loyalitas pelanggan. Hal ini terlihat dari perbandingan antara nilai t hitung sebesar 2,952 dan t tabel sebesar 0,2973, di mana $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis pertama (H₁) dinyatakan diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Sandi *et al.* (2023) mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen di Business Center Purbalingga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil *uji regresi parsial* (uji t), diketahui bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* yaitu loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} 3,763 > t_{tabel} 0,2973. Karena t hitung > t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis

kedua (H_1) dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Queen & Toton, (2022) berjudul mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa variabel *independen* yaitu kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen* yaitu loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $F_{hitung} 43,850 > F_{tabel} 3,23$, serta didukung oleh nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Maulidio *et al.*, (2022) mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di *Amstirdam Coffee* di Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Amstirdam Coffee*.

KESIMPULAN

Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pemilik usaha produk kopi bubuk Geras Bapak Stanislaus Karis dan Ibu Rosalia Tin yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Agroteknologi Pertanian, J., Riset Ilmiah, P., Hoeriah, S., Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Robusta Siti Hoeriah, P., & Pertanian Universitas Perjuangan Tasikmalaya Ulpah Jakiyah, F. (2023). Reny Hidayati. *Jurnal JAPPRI*, 5(2), 17–29. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/jappri>
- Aizatul Fitriana, S. K. N., & Pasuruan, A. F. P. U. Y. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4-P) Terhadap Kepuasan Konsumen Es Teh Poci Ngalah Pandean*. 1192, 634–650.
- Avifah Nihmatus Solikhah, & Indra Krishernawan. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2),

- 154–166. <https://doi.org/10.55606/Jaem.V2i2.220>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/Jim.V3i1.504>
- Gregorius Sereno Maddison Kando, Jevon Paul Irawan, & Erica Adriana. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Pada Minat Beli Playstation 4. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 262–269. <https://doi.org/10.54066/Jrea-Itb.V1i2.431>
- Harun, S. (2022). Analisis Produksi Kopi Di Indonesia Tahun 2015-2020 Menggunakan Metode Cobb-Douglass. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 102–109.
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i6.608>
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2023). 2.1.1 Klasifikasi Tanaman Kopi Klasifikasi Tanaman Kopi (*Coffea Sp*) Menurut Rahardjo (2012) Adalah Sebagai Berikut : 2012, 1–13.
- Indah Trisnawati, I., Halil, & Mohamad Ilham, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Di Ud Coffee Wangi. *Jurnal Javanica*, 1(1), 33–42. <https://doi.org/10.57203/Javanica.V1i1.2022.33-42>
- Komang Triarisa Regita Sari1 , Komang Risma Siosa Kartina Sari2, K. T. S. D. M. (2023). *Pelatihan Strategi Pemasaran Dan Peneningkatan Inovasi Sumber Daya Manusia Pada UMKM Kopi Bubuk Gri Putri*. 1.
- Lubis & Gunawan Didik. (2023). *Management And Business Progress*. 2(1), 25–33.
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/Barekengvol14iss3pp333-342>
- Maulidio, R., Dwiastanti, A., Tinggi, S., & Indocakti, I. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffee Di Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(1), 2022.
- Muthahharah, I., & Inayanti Fatwa. (2022). Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Media Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Di STKIP Pembangunan. *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)*, 10(1), 53–60. <https://doi.org/10.24252/Msa.V10i1.25145>
- Parlin Queen, K., & Toton, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 Di Lampung Tengah. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 209–218. <https://doi.org/10.54443/Sinomika.V1i3.239>
- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281–287. <https://doi.org/10.46306/Jbbe.V14i2.76>
- Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.59086/Jam.V1i1.4>
- Putri, E. M., Wahyudi, P. B., Zahro, S. A., Kirana, S. W., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Meningkatkan Citra Merek Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Melalui Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Yang Efektif Pada Produk Kosmetik. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(01), 134–142.
- Rukhmana, T. (2021). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.

- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.V3i1.707>
- Sandi, K., Hasibuan, R. R., & Ulya, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Riset Di Business Center Purbalingga 3. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 1(1), 6–12. <https://doi.org/10.61434/dfame.V1i1.7>
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–17.
- Sari, N. W., & Febriani, E. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Model Project Based Learning (Pjbl) Terhadap Partisipasi Belajar Peserta Didik Dalam Pembelajaran Sosiologi Di Kelas XI SMA N 1 Baso. 3, 402–410.
- Siregar, D. A., & Nasution, K. S. (2025). Peningkatan Produksi Tanaman Kopi Di Desa Sampean Kabupaten Tapanuli Selatan. 2(11), 5005–5008.
- Studi, P., Rekayasa, M., Del, I. T., & Utara, S. (2024). Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Dalam Analisis Kualitas Website Learning Management System Studi Independent Stechoq Dengan Metode Webqual 4 . 0. 116–122.
- Teknologi, I., & Dahlan, A. (2024). Analysis Of Cost Of Goods Manufactured And Product Selling Price Determination To Optimize Income Of Adanya Bisnis Di Indonesia Bisa Berdampak Besar Pada Tataan Perekonomian Nasional (Afif , 2019) Pengusaha Turut Berperan Serta Pada Pembangunan Dan Per. 5(2), 30–39.
- Tjahjani, N. P., Chairunnisa, A., & Handayani, H. (2021). Hitam Dan Kopi Bubuk Putih Instan Secara Kopi (Coffea Sp) Telah Lama Dikenal Oleh Masyarakat Sejak Berabad-Abad Silam , Kopi Dikenal Sebagai Komoditas Bahan Minuman Yang Paling Akrab Dengan Masyarakat Segala Lapisan . Kopi Dapat Dihidangkan Menjadi Minu. 5(1), 52–62.