

BAB V

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan secara langsung melalui penyebaran kuesioner berupa google formulir yang diajukan kepada konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Setelah itu jawaban dari seluruh responden telah diolah melalui aplikasi SPSS 20.0. Dilakukannya penelitian ini memiliki tujuan menguji pengaruh variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Atribut Produk (X_3), terhadap loyalitas konsumen (Y) Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka akan dipaparkan pembahasan penelitian sebagai berikut :

A. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

Dari hasil dari pengujian Hipotesis 1 (H_1) , berdasarkan uji t adalah nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,915 > 1,98498$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Sehingga bisa diketahui bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Harga adalah nilai tukar atau jumlah yang harus dibayarkan oleh konsumen agar bisa memperoleh manfaat setelah memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.⁶³

⁶³ Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran...*, hlm.75

Menurut Lupiyoadi, jika biaya yang dikeluarkan oleh konsumen lebih besar dari manfaat atau kualitas produk yang diperoleh, kemungkinan akan timbul penilaian negatif dari konsumen, sehingga akan mengurangi konsumsi dari produk tersebut. Sebaliknya, jika biaya yang dikeluarkan lebih kecil dari manfaat atau kualitas produk yang diperoleh, maka akan timbul penilaian positif dari konsumen.⁶⁴

Penetapan harga yang sesuai dengan ajaran islam adalah harga pada produk tersebut harus sebanding, dimana alat tukar (uang) yang diberikan oleh pembeli setara dengan nilai barang yang dijual kemudian dilanjutkan serah terima barang atau ijab qabul yang sah. Saat pelaksanaan ijab qabul pembeli dan penjual harus saling ridha meridhai, sehingga penetapan harga dalam jual beli tersebut memenuhi keadilan harga. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS An-Nisa : 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Selain itu dalam Islam juga dianjurkan untuk melakukan penetapan harga dengan transparan, sehingga tidak ada penipuan di dalamnya. Anjuran

⁶⁴ Firman Gazali Djunaedi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*, (Pasuruan: Qiara Media, 2019), hlm.11

penetapan harga dengan terbuka dan wajar bertujuan untuk menghindari adanya riba. Meski dalam menjalankan usaha menginginkan untuk memperoleh keuntungan, namun harus tetap menghormati konsumen. Hal itu bisa ditunjukkan dengan adanya sikap toleran terhadap kepentingan konsumen, dan tidak membedakan apakah konsumen tersebut adalah konsumen bebas ataupun konsumen loyal.⁶⁵

Oleh karena itu, harga merupakan instrumen penting dalam jual beli, yang mana menurut Islam harus terdapat keadilan harga bagi semua pihak. Keadilan harga bisa terwujud dengan cara melakukan penetapan harga yang wajar dan sesuai aturan yang berlaku. Sebaliknya, ketidakadilan harga dilarang dalam Islam, seperti melakukan penetapan harga dengan cara yang batil atau terkandung unsur-unsur politik didalamnya, adanya syahwat mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya.⁶⁶

Dimana dari pernyataan tersebut bisa diketahui bahwa penetapan harga pada usaha kuliner Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung telah sesuai dengan ajaran Islam. Yang mana selaras dengan pernyataan indikator kesesuaian harga dengan produk kualitas serta manfaat produk. Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada item pernyataan pada variabel harga, sebagai berikut :

(P.1) “Harga sesuai dengan porsi dan kualitas produk yang disajikan.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 33 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 58 jawaban.

⁶⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta:Penebar Plus,2012), hlm.41

⁶⁶ Supriadi,*Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Bogor:Guepedia Publisher,2018), hlm.9

(P.2) “Harga sesuai dengan daftar menu yang telah disediakan.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 27 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 68 jawaban.

(P.3)” Konsumen memperoleh manfaat hemat waktu karena tidak perlu memasak dan sebanding dengan harga yang dibayarkan.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 35 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 60 jawaban.

(P.4) “Konsumen memperoleh manfaat menikmati menu sehat dan bergizi yang sebanding dengan harga yang dibayarkan.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 41 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 49 jawaban.

Selain itu, Konsumen Batagor & Siomay Shakila merasa bahwa harga yang ditawarkan sangat ekonomis dan dapat diterima oleh konsumen. Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada item pernyataan berikut :

(P.7) “Menawarkan produknya dengan harga yang lebih ekonomis dan sesuai kemampuan konsumen.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 35 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 61 jawaban.

(P.8) “Harga yang ditawarkan dapat diterima konsumen” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 33 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 67 jawaban.

Disamping kepuasan konsumen pada variabel harga, namun ada hal yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner Batagor & Siomay Shakila terkait penetapan harga jual, yaitu ketika harga bahan baku makanan naik. Untuk

mengatasi hal tersebut, maka pelaku usaha ini tidak mengubah harga jual produknya, namun sedikit mengurangi porsi yang disajikan tanpa mengubah cita rasa khas dari produk olahannya. Dengan begitu maka konsumen akan tetap mendapatkan harga yang ekonomis dan dapat diterima, serta sesuai dengan kualitas produk atau porsi yang disajikan.

Hal ini menunjukkan bahwa telah terdapat keadilan harga didalamnya. Dalam menentukan penetapan harga, pelaku usaha kuliner Batagor & Siomay Shakila juga memberikan diskon jika konsumen melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak. Dengan penetapan harga yang seperti itu, maka bisa memenuhi harapan serta melindungi hak-hak konsumen, serta bisa meningkatkan sikap loyal dari konsumen.

Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa harga menjadi salah satu faktor yang berhubungan dengan terbentuknya loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Dari fakta penelitian diatas, maka disimpulkan bahwa setiap kenaikan pada variabel harga akan berpengaruh loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Begitu juga sebaliknya, setiap penurunan pada variabel harga maka akan berpengaruh pada loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rini Sugiarsih Duki Saputri dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab

Semarang”. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh sebesar 65,9 persen, yang berarti jika terdapat kenaikan pada indikator variabel harga, maka loyalitas pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar 65,9 persen. Bisa diketahui jika persepsi konsumen terkait harga semakin baik, maka hal itu juga menyebabkan semakin tingginya loyalitas pelanggan untuk menggunakan Grab. Pada penelitian ini terdapat kesamaan pada pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap loyalitas pelanggan, hanya saja objek penelitian dan waktu pelaksanaan yang berbeda.⁶⁷

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Marshelly Candra Kumala dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Aluminium”. Objek dalam penelitian ini adalah PT. Alkasa Extrusindo dengan mengambil sampel sebanyak 64 responden, dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien variabel harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, dan memiliki nilai positif sebesar 0,449. Hal itu menyatakan bahwa jika harga mengalami kenaikan sebesar 1% , maka loyalitas pelanggan aluminium akan mengalami kenaikan sebesar 0,449%.⁶⁸ Pada penelitian ini terdapat kesamaan pada pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap loyalitas pelanggan, hanya saja objek penelitian dan waktu pelaksanaannya berbeda.

⁶⁷ Rini Sugiarsih Duki Saputri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga...*, hlm. 50

⁶⁸ Marshelly Candra Kumala, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Aluminium”, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol.7 No.2, Mei-Agustus 2019, hlm.61

Selain itu hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh H Helmy Muhammad S, Heni Rohaeni, dan Wulan Yuliyana dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas PelangganTelkomsel”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.⁶⁹

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

Dari hasil dari pengujian Hipotesis 2 (H_2) , berdasarkan uji t adalah nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,451 > 1,98498$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikan ($0,001 < 0,05$). Sehingga bisa diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

Menurut Tjiptono menyatakan kualitas pelayanan adalah kegiatan yang diharapkan dimana pengendaliannya memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.⁷⁰ Pada dasarnya setiap konsumen berharap untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, terlebih jika konsumen tersebut sudah menjadi pelanggan atau konsumen yang loyal. Disamping itu konsumen juga akan memberikan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan,

⁶⁹ Helmy Muhammad,dkk, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas PelangganTelkomsel*, Jurnal Sain Manajemen, Vol.2 No.1, Februari 2020, hlm. 42

⁷⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan...*, hlm.62

yaitu dengan melakukan transaksi serta mendatangkan laba bagi perusahaan.⁷¹

Terdapat hubungan erat antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen maka pengusaha Batagor & Siomay Shakila akan memberikan kualitas pelayanan yang baik agar bisa memuaskan konsumen karena sesuai dengan yang diharapkan. Namun, kualitas pelayanan bukan hanya bertujuan untuk menciptakan kepuasan pada konsumennya saja. Disamping itu seorang muslim harus mendasarkan pada nilai-nilai syariah sesuai ajaran Islam. Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan Firman Allah SWT pada surah Al-Baqarah Ayat 267 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا

الْحَبِيبَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغِصُّوا فِيهِ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya dan Maha Terpuji”

Dari ayat tersebut dijelaskan bahwa dalam Islam ditegaskan untuk memperhatikan pelayanan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas baik, dan tidak memberikan pelayanan yang buruk. Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas baik, tidak hanya dengan mengantarkan atau

⁷¹ Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor: Penerbit LINDAN Bestari, 2020), hlm.28

melayani konsumen, namun juga harus mengerti, memahami dan merasakan. Dengan memberikan pelayanan sepenuh hati kepada konsumen (*heart share*) maka akan memperkokoh posisi dalam pikiran (*mind share*) konsumen.⁷² Melalui meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin kokoh juga loyalitas konsumen tersebut. Tolak ukur pelayanan yang baik sesuai ajaran islam antara lain :

Yang pertama, Keandalan (*Reability*) berupa pemberian pelayanan yang terpercaya dan tepat. Sebagaimana perilaku nabi Muhammad saw dalam Q.S Al Ahzab ayat 21

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

.Artinya: "Sesungguhnya telah ada pada diri Rasullulah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah (kedatangan) hari kiamat dan yang banyak mengingat Allah".

Ayat tersebut menjelaskan bahwa kita harus mencontoh perilaku nabi Muhammad saw karena beliau adalah suri tauladan yang baik, hal itu sesuai dengan pernyataan pada kuesioner yang menunjukkan bahwa Keandalan (*Reability*) pada kualitas pelayanan yang ditujukan kepada konsumen Batagor & Siomay Shakila sudah sangat baik. Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada pernyataan (P.9) dan (P.10) sebagai berikut :

(P.9) "Pemilik usaha Batagor & Siomay Shakila membuka usaha sesuai jam operasional yang ditentukan." dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 34 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 63 jawaban.

⁷² *Ibid.*, hlm.28

(P.10) “Karyawan Batagor & Siomay Shakila selalu menghitung jumlah pembayaran dengan benar.” Dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 31 jawaban, dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 60 jawaban.

Yang Kedua, Daya Tanggap (*responsiveness*) berupa pelayanan yang cepat dan tanggap, atau responsive sebagaimana disebut dalam Q.S Alam Nasyrah ayat 7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya : “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

Ayat tersebut menganjurkan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan cepat dan tanggap kepada konsumen serta merespon kritik atau saran dari konsumen sehingga harapannya bisa terpenuhi. Jika itu tidak dilakukan, maka artinya perusahaan tersebut tidak memenuhi hak konsumen dan melakukan perbuatan zalim dalam menjalankan usaha.

Sesuai dengan pernyataan pada kuesioner yang menunjukkan Daya Tanggap (*Responsiveness*) pada variabel kualitas pelayanan yang ditujukan kepada konsumen Batagor & Siomay Shakila sudah sangat baik. Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada pernyataan (P.11) dan (P.12) sebagai berikut :

(P.11) “Karyawan di Batagor & Siomay Shakila selalu melayani konsumen dengan cepat dan tanggap” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 43 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 51 jawaban.

(P.12) “Karyawan di Batagor & Siomay Shakila merespon kritik ataupun saran dari konsumennya dengan baik.” Dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 42 jawaban, dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 52 jawaban.

Ketiga, jaminan (assurance) dengan memberikan kondisi aman, nyaman, jujur, dan sebagainya. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Asy-Syu'ara ayat 181-182

﴿۱۸۱﴾ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿۱۸۲﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿۱۸۳﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain dan timbanglah dengan timbangan yang benar”

Ayat tersebut sesuai dengan pernyataan pada kuesioner yang menunjukkan jaminan (assurance) pada kualitas pelayanan yang ditujukan kepada konsumen Batagor & Siomay Shakila sudah sangat baik. Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada pernyataan (P.13) dan (P.14) sebagai berikut :

(P.13) “Para konsumen memiliki rasa percaya terhadap usaha Batagor & Siomay Shakila.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 38 jawaban, dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 55 jawaban.

(P.14) “Para konsumen merasa aman ketika mengkonsumsi semua menu yang ada.” Dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 40 jawaban, dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 55 jawaban.

Keempat, perhatian (empathy), yang berarti memiliki kemampuan untuk merasakan bahwa dirinya dalam keadaan atau perasaan orang lain,

sehingga muncul tindakan bersifat perhatian dan membantu. Hal ini sebagaimana Rasullulah Saw, bersabda :

“ Dari Abi Musa r.a dia berkata, Rasullulah saw bersabda “Orang mukmin yang satu dengan yang lain bagai satu bangunan yang bagian-bagiannya saling mengokohkan” (HR.Bukhari)

Hal itu selaras dengan hasil jawaban responden pada pernyataan (P.15) “Karyawan selalu peduli terhadap para konsumen dan memberikan pelayanan dengan sepenuh hati.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 38 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 55 jawaban.

Kelima, Kemampuan fisik (tangible), berupa fasilitas yang ada di lokasi. Dimana dalam ajaran Islam dilarang untuk menonjolkan kemewahan, sebagaimana Q.S Al-Takatsur ayat 1 :

أَلْهَكُمُ التَّكَاثُرُ ﴿١﴾

Artinya: “Bermegah-megahan telah melalaikan kamu sampai kamu masuk dalam kubur...”⁷³

Hal itu selaras dengan fasilitas pendukung yang ada di lokasi penjualan Batagor & Siomay Shakila seperti AC,Wi fi, Toilet dan Mushola untuk beribadah. Selain adanya fasilitas tersebut, konsumen mengunjungi lokasi berjualan yang ada di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung karena letaknya yang strategis dan mudah dijangkau. Sesuai jawaban dari reponden pada (P.16) “Batagor & Siomay Shakila memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 36 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 62 jawaban.

⁷³ *Ibid.*,hlm.30-31

Dari semua penjelasan diatas, bisa diketahui bahwa kualitas pelayanan pada usaha kuliner Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung sudah sesuai dengan ajaran Islam. Yang mana hal tersebut selaras pada pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Bisa diketahui bahwa usaha kuliner Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung memiliki fasilitas yang mendukung, mampu memberikan pelayanan yang akurat, cepat dan tanggap, memberikan rasa aman dan percaya, serta menunjukkan sikap peduli terhadap konsumen.

Maka bisa disimpulkan bahwa setiap kenaikan pada variabel kualitas pelayanan akan berpengaruh pada meningkatnya loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Begitu juga sebaliknya, setiap penurunan pada variabel kualitas pelayanan maka akan berpengaruh pada menurunnya loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

Hasil pada penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rini Sugiarsih Duki Saputri dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang”. Hasilnya menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini memiliki kesamaan pada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, hanya saja objek penelitiannya berbeda.⁷⁴

⁷⁴ Rini Sugiarsih Duki Saputri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga...*, hlm. 50

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Leonardo dan Tiurniari Purba dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan P.T WAP Logistikindo” memperoleh hasil yang menyatakan jika kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan PT WAP Logistikindo.⁷⁵

Selain itu juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dennis Ola Elaman, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Sipulung Di Surabaya” (2019). Hasil penelitian ini menunjukkan jika kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kedai sipulung, yang dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.⁷⁶

C. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

Dari hasil dari pengujian Hipotesis 3 (H_3) , berdasarkan uji t adalah nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,143 > 1,98498$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikan ($0,035 < 0,05$). Sehingga bisa diketahui bahwa variabel atribut produk memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

⁷⁵ Leonardo dan Tiurniari Purba, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan P.T WAP Logistikindo”, Jurnal Rekaman, Vol. 4 No.2 Juni 2020, hlm.450

⁷⁶ Dennis Ola Elaman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Sipulung Di Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.8 No.5, Mei 2019, hlm.16

Atribut Produk merupakan unsur penting dalam sebuah produk yang dihasilkan berupa pengembangan terhadap suatu produk atau jasa, meliputi manfaat yang hendak ditawarkan melalui produk atau jasa tersebut. Atribut Produk menjadi pembeda suatu produk dengan produk lainnya, dan merupakan bagian dari sifat-sifat produk yang menunjukkan bahwa dengan kebutuhan dan keinginan konsumen akan terpenuhi dengan adanya produk tersebut.⁷⁷

Dalam kuesioner telah ditulis beberapa pernyataan terkait indikator variabel produk, salah satunya yaitu kualitas produk. Yang mana dalam Islam dianjurkan untuk mengkonsumsi makanan atau minuman yang halal dan berkualitas baik, sesuai perintah Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaiton; karena sesungguhnya syaiton itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Islam menganjurkan untuk mengkonsumsi makanan dan minuman halal karena terdapat hikmah didalamnya, yaitu membuat jasmani menjadi sehat, serta menghindarkan tubuh dari penyakit dan mendapatkan ridha

⁷⁷ Anang Firmansyah, Pemasaran Produk dan Merk..., hlm.12

Allah. Selain itu juga membantu agar memiliki pemikiran yang positif dan bersemangat untuk melakukan ibadah.⁷⁸

Maka perusahaan harus menjaga kualitas dan memperhatikan kehalalan produk, sehingga bisa meningkatkan reputasi perusahaan dan menjaga kepercayaan atau citra baik dimata konsumen yang sudah ada. Dengan kualitas produk yang baik kepuasan konsumen juga meningkat, dan nantinya akan mendorong adanya loyalitas.

Selain itu dalam penyajian menu serta label yang menyertainya juga terdapat desain yang indah dengan tujuan agar produk terlihat lebih menarik dimata konsumen serta menambah nilai dari produk yang dihasilkan. Di dalam ajaran Islam juga terdapat hukum mengenai keindahan yang merupakan sesuatu yang baik dan menyenangkan untuk dipandang, sebagaimana Allah SWT menyukai keindahan, seperti yang tercantum pada hadist berikut ini :

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Artinya: "Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan senang akan keindahan." (HR. Muslim dari Ibnu Mas'ud radhiyallahu'anhu).

Hal tersebut menyatakan bahwa keindahan adalah hal baik termasuk di dalam desain label ataupun penyajian suatu produk memerlukan adanya keindahan agar bisa menarik konsumen untuk membelinya.⁷⁹

Dimana dari penjelasan diatas, bisa diketahui bahwa atribut produk pada usaha kuliner Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court

⁷⁸ Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital...*, hlm.32

⁷⁹ Ahmad Astabik, *Pemasaran Desain Produk Pespektif Hukum Ekonomi Syariah, Journal of Sharia Economic Law*, Vol.1 No. 1, Maret 2018, hlm. 93

Kabupaten Tulungagung sudah sesuai dengan ajaran Islam karena telah memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumennya. Produk disajikan dengan bahan-bahan fresh dan berkualitas, semua menu yang disajikan juga terjamin halal serta terdapat label atau desain yang menarik dalam penyajiannya. Hal itu selaras dengan pernyataan pada variabel atribut produk, yaitu :

(P.18) “Menu-menu yang disajikan dibuat dengan bahan-bahan fresh dan berkualitas” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 30 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 65 jawaban.

(P.20) “Menu Di Batagor & Siomay Shakila disajikan dengan bersih, rapi, dan menarik.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 42 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 54 jawaban.

(P.23) “Label pada kemasan sangat menarik dan semua menu yang dijual terjamin halal.” dengan tingginya jawaban Setuju sebanyak 31 jawaban , dan jawaban Sangat Setuju sebanyak 66 jawaban.

Hasil pada penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nokma Aditya Nugroho, Suharyono, dan Sunarti dengan judul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Counter Perdana di Gresik”. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana memiliki kesamaan pada variabel atribut produk dan loyalitas pelanggan pada penelitian tersebut,

hanya saja objek penelitiannya berbeda.⁸⁰ Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Yuliasih dengan judul “ Pengaruh Atribut Produk dan Motif Belanja Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Karita Surabaya” dengan mengambil jumlah sampel sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik accidental sampling juga menunjukkan hasil bahwa atribut produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Karita Surabaya. Dimana dalam penelitian ini terdapat persamaan pada jumlah sampel yang diambil serta hasil pada pengaruh variabel atribut produk terhadap loyalitas konsumen, hanya saja objek penelitiannya berbeda.⁸¹

Selain itu juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aditya Taufan dan Suryono Budi Santosa dengan judul “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Tabungan Britama BRI” . Pada penelitian ini menganalisis tiga indikator dari atribut produk, yaitu kualitas produk, fitur produk, dan desain produk. Hasilnya menunjukkan bahwa semua indikator tersebut memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 0,503, yang berarti 50,3% loyalitas nasabah pada tabungan Britama BRI dipengaruhi oleh kualitas produk, fitur produk, dan desain produk.⁸²

⁸⁰ Nokma Aditya Nugroho, dkk, *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Counter Perdana di Gresik*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.20, No.1, Maret, 2015, hlm.7

⁸¹ Aulia Yuliasih, *Pengaruh Atribut Produk dan Motif Belanja Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Karita Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.5, No.4 April 2016, hlm.13

⁸² Aditya Taufan dan Suryono Budi Santosa, *Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Tabungan Britama BRI*, Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol. 11, No.1, Januari 2017, hlm.22

Penelitian tersebut memiliki persamaan untuk meneliti variabel atribut produk terhadap loyalitas, hanya saja terdapat perbedaan pada lokasi dilakukannya penelitian. Maka bisa disimpulkan bahwa pemilik usaha Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung harus meningkatkan atribut produk yang telah ada, karena setiap kenaikan pada variabel atribut produk akan berpengaruh pada meningkatnya loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Begitu juga sebaliknya, setiap penurunan pada variabel atribut produk maka akan berpengaruh pada menurunnya loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

D. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

Dari hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, analisis regresi simultan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 238,303 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,09 dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikan 0,05. Sehingga bisa diketahui bahwa harga, kualitas pelayanan, dan atribut produk secara simultan atau bersama sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung. Setiap kenaikan pada variabel harga, kualitas pelayanan, dan atribut produk maka loyalitas konsumen Batagor & Siomay

Shakila akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, setiap penurunan pada variabel harga, kualitas pelayanan, dan atribut produk maka loyalitas konsumen Batagor & Siomay Shakila akan menurun. Oleh karena itu, pemilik usaha Batagor & Siomay Shakila melakukan penetapan harga yang sesuai, selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan memperhatikan atribut produk yang dijual.

Sebagai umat muslim melakukan aktivitas bisnis adalah untuk beribadah kepada Allah SWT. Berbisnis atau jual beli merupakan pertukaran harta yang didasari dengan keridhaan antara penjual dan pembeli. Hukum jual beli adalah halal, berdasarkan Al-Quran, Al Hadist dan Ijma. Sebagai pelaku bisnis yang baik juga harus memahami hukum dari aktivitas yang dijalankannya. Tidak boleh menghalalkan hal yang dilarang oleh syariah dengan tujuan semata-mata untuk mencari keuntungan yang tinggi.

Ada beberapa nilai-nilai Islam dalam mengelola bisnis, yaitu dengan meneladani sifat Nabi Muhammad. Yang pertama adalah kejujuran (Shiddiq), sebagai pelaku bisnis harus menyampaikan informasi produk yang dijual dengan benar, baik terkait keunggulan atau kelemahannya yang kemudian memperbaikinya. Yang kedua, disamping kejujuran juga harus disertai kepercayaan (Amanah), dengan tidak berkhianat atas akad yang telah dilakukan kedua pihak sehingga terbentuk kepercayaan pada konsumen, mitra bisnis, serta semua *stakeholder*. Yang ketiga, yaitu sifat cerdas (Fathanah), yang bisa diwujudkan melalui pengelolaan manajemen

suatu bisnis dengan mengoptimalkan potensi akal atau kecerdasan agar tujuan perusahaan bisa tercapai. Salah satunya dengan cara melakukan berbagai macam inovasi , serta menambah ilmu pengetahuan terkait pekerjaannya agar mampu menghadapi persaingan bisnis. Yang keempat yaitu komunikatif (Thabligh), dimana pelaku bisnis harus bisa menjadi seorang komunikator yang baik dalam memasarkan produknya, harus berbicara dengan penyampaian yang baik dan mudah dipahami.⁸³ Dengan menerapkan sifat-sifat Nabi Muhammad dalam menjalankan bisnis, maka akan terdapat keberkahan dan mendapatkan ridha Allah Swt, serta bernilai ibadah.

E. Variabel Yang Dominan Berpengaruh Singnifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Batagor & Siomay Shakila di Asia Food Court Kabupaten Tulungagung.

Dari hasil uji t diketahui bahwa variabel yang paling dominan dari variabel harga, kualitas pelayanan, dan atribut produk terhadap loyalitas konsumen adalah variabel harga. Menurut Tjiptono setiap perusahaan haeus melakukan penetapan harga yang tepat agar mencapai kesuksesan dalam memasarkan suatu produk atau jasa.⁸⁴ Harga dari sebuah produk akan mempengaruhi jumlah produk yang dijual dan menentukan penerimaan perusahaan pada penjualan tertentu. Konsumen akan cenderung memilih harga yang sesuai dengan suatu produk, kualitas pelayanan ataupun harga

⁸³ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan media utama (MMU) ,2006), hlm. 130-133

⁸⁴ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran...*, hlm.14

yang ekonomis dan dapat diterima oleh konsumen. Selain itu konsumen akan merasa puas jika harga yang dikeluarkan sebanding dengan selera, kemudahan yang didapatkan dari suatu produk tersebut, yang nantinya nilai kepuasan yang didapatkan akan membentuk adanya loyalitas konsumen.

Dalam menjalankan usaha, tentu akan menghadapi adanya kenaikan harga pada beberapa periode waktu karena berbagai hal, dalam usaha kuliner pada umumnya disebabkan karena harga bahan baku yang meningkat. Pelaku usaha harus mempersiapkan perencanaan dalam menetapkan kenaikan harga. Ketika menaikkan harga harus mengontrol volume penjualan juga. Jika setelah harga dinaikkan terjadi penurunan penjualan yang tajam, maka bisa saja kenaikan harga tersebut terlalu tinggi. Sementara, jika perubahan harga bernilai positif maka volume penjualan juga akan stabil atau harga tersebut bisa diterima oleh konsumen dan pesaing akan cenderung melakukan perubahan harga juga. Selain itu dalam menentukan perubahan harga, sebaiknya tidak menaikkan harga terlalu tinggi serta tetap mendengarkan umpan balik dari konsumen terkait kenaikan harga tersebut. Dengan begitu usaha akan tetap berjalan, dan loyalitas konsumen bisa terjaga.