

## *The Influence of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction and Loyalty at the Dafam Pacific Caesar Hotel Restaurant Canting in Surabaya*

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Canting Restoran Hotel Pacific Caesar Surabaya**

**Ursula Yusiani Prahadi<sup>1</sup>, Thyphoida W. S Panjaitan<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Prodi Manajemen Perhotelan, Universitas Katolik Darma Cendika, Indonesia

(\*) Corresponding Author: [thyphoidapanjaitan@gmail.com](mailto:thyphoidapanjaitan@gmail.com)

**Article info**

<p><b>Keywords:</b> Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction, Price, Product Quality</p>	<p style="text-align: center;"><b>Abstract</b></p> <p><i>The aim of this research is to know the effect of product quality and price on consumer satisfaction and to determine the effect of product quality, price and consumer satisfaction on consumer loyalty at the Canting Dafam Pacific Caesar Hotel Surabaya Restaurant. The study's populations were guests who ate at the Canting Dafam Pacific Caesar Hotel Surabaya Restaurant. The total samples were 75 respondents. The data collection method used a questionnaire. Data processing used the SPSS application and validity testing is fulfilled and classical assumption testing is also fulfilled. The research results showed the product quality and also price have a positive and significant effect on satisfaction at Canting Restaurant Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. The research results also showed the product quality and consumer satisfaction have a significant effect on consumer loyalty at Canting Restaurant, Dafam Pacific Caesar Hotel Surabaya, while price doesn't have effect on consumer loyalty at Canting Restaurant, Dafam Pacific Caesar Hotel Surabaya.</i></p>
<p><b>Kata kunci:</b> Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen</p>	<p style="text-align: center;"><b>Abstrak</b></p> <p>Penelitian ini mempunyai visi mencari tahu pengaruh dari kualitas produk serta harga pada kepuasan konsumen dan guna mencari tahu pengaruh kualitas produk, harga, serta kepuasan konsumen pada loyalitas konsumen pada Canting Restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Populasi penelitian ini yaitu tamu yang makan di Canting Restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Total sampel adalah 75. Adapun metode pengumpulan data mempergunakan angket. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS dan pengujian validitas terpenuhi serta pengujian asumsi klasik juga terpenuhi. Temuan memperlihatkan kualitas produk serta harga berkorelasi positif serta signifikan pada kepuasan di Canting Restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Diperoleh juga hasil bahwasanya kualitas produk serta kepuasan konsumen berkorelasi signifikan pada loyalitas konsumen di Canting Restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya, sedangkan harga tak mempunyai pengaruh pada loyalitas konsumen di Canting Restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya.</p>

## PENDAHULUAN

Dunia usaha mengalami persaingan yang ketat sehingga pelaku usaha dituntut guna memenuhi keinginan serta kebutuhan para konsumen yang variatif. Dengan demikian, suatu perusahaan dalam melaksanakan usaha harus memperhatikan kebutuhan konsumen. Dimana pengusaha wajib membaca kesempatan yang ada di tengah kompetisi sehingga dapat bertahan (Prasyanti, 2021).

Di dalam konteks persaingan bisnis, pengusaha diharapkan untuk memantapkan kompetensi dan kelangsungan usaha di hadapan pesaing-pesaingnya. Dalam menghadapi dinamika persaingan tersebut, para pelaku usaha diharuskan merancang strategi yang cermat, dengan fokus pada pelaksanaan tindakan yang memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam (Mandei, 2020).

Persaingan di dunia bisnis melibatkan sektor yang beragam, termasuk di dalamnya bisnis kuliner. Secara khusus, usaha kuliner seperti kafe atau restoran tidak hanya memfokuskan pada aspek penyajian makanan dan minuman, melainkan juga berusaha menciptakan pengalaman menyeluruh. Tujuannya adalah menciptakan suasana yang mengundang kenyamanan, di mana pengunjung dapat menikmati tidak hanya hidangan kuliner yang disajikan, tetapi juga menciptakan momen yang menyenangkan untuk bersosialisasi dengan teman atau keluarga (Prasyanti, 2021).

Surabaya tercatat sebagai salah satu kota industri di Indonesia yang mengalami perkembangan signifikan, menjadi pusat multikultural, terutama dalam sektor industri kuliner yang secara khusus menargetkan pelayanan bagi generasi milenial. Kota ini menawarkan ragam bentuk tempat kuliner, seperti kafe, angkringan, dan restoran. Salah satu contoh usaha kuliner yang dapat diidentifikasi adalah Canting Restoran, yang terletak di Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya.

Canting Restoran, sebagai entitas usaha, menerapkan konsep Klasik Tradisional dalam strategi pengelolaannya. Restoran ini merancang interior yang sederhana namun elegan, menciptakan atmosfer hangat melalui perpaduan dekorasi estetik, perabot bergaya klasik, dan pencahayaan yang terukur. Keunggulan tak hanya terletak pada pengalaman visual yang memikat, melainkan juga pada penawaran kuliner yang eksklusif. Menu yang disajikan mencakup beragam gaya, mulai dari Chinese-Food hingga kuliner modern, dengan penekanan khusus pada masakan daerah, terutama hidangan khas Surabaya. Canting Restoran di Hotel Dafam Pacific Caesar tidak hanya menawarkan pengalaman kuliner yang istimewa, namun juga menyediakan layanan pengantaran dan fasilitas lainnya, seperti ruangan untuk acara formal dan keperluan lainnya. Adapun data penjualan di Canting restoran diuraikan di tabel 1:

**Tabel 1. Data Penjualan Canting Restoran**

Penjualan	Tahun		
	2020	2021	2022
<i>Room Service</i>	1.189 Item	506 Item	2.236 Item
<i>BAR</i>	135 Item	169 Item	545 Item
<i>Banquet</i>	10.174 Item	9.389 Item	12.225 Item

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2021, penjualan Food and Beverage mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2020, hal ini disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19. Pada tahun yang sama, terdapat penurunan penjualan pada layanan room service sebesar 6,83%, peningkatan penjualan pada bagian bar sebesar 0,34%, namun penjualan banquet mengalami penurunan sebesar 7,85% dibandingkan tahun sebelumnya.

Namun, pada tahun 2022, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah penjualan di Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Penjualan room service meningkat sebesar 7,3%, penjualan bar naik 3,76%, dan penjualan banquet mengalami kenaikan yang mencolok, yakni sebesar 28,36% dibandingkan dengan tahun 2021.

Terdapat banyak aspek yang memengaruhi kepuasan konsumen, terutama kualitas sebuah produk. Sesuai hasil penelitian Siddik (2019), mutu sebuah produk berkorelasi signifikan pada kepuasan serta loyalitas para konsumen. Dimana mutu produk akan menjadi penilaian terhadap apa yang diterima konsumen saat membeli produk tersebut, dimana kualitas produk merupakan hubungan antara pengorbanan yang dilakukan dengan produk yang diperoleh konsumen. Sedangkan penelitian Saputra (2021) menyatakan mutu produk tidak mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen, sebab jika kualitas produk tidak memenuhi standar, namun produk tersebut langka, konsumen akan tetap membutuhkan dan membeli ulang produk itu sendiri.

Aspek lainnya yang juga memengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen yakni harga. Dimana kebijakan penetapan harga dijadikan indikator nilai dan dikaitkan dengan manfaat produk. Hasil penelitian Syahidin dan Adnan (2022) mengatakan harga berpengaruh signifikan pada kepuasan dan loyalitas konsumen, dimana harga yang murah atau terjangkau biasanya menjadi pemicu untuk meningkatkan efektifitas pemasaran, pada harga tertentu, apabila dampak yang dirasa mengalami peningkatan, maka nilainya pun pasti mengikuti. Sedangkan temuan penelitian Khumairo, dkk (2018) menguraikan bahwasanya harga tak berkorelasi signifikan pada keputusan beli, karena apabila citra dari produk baik di mata konsumen, maka harga tak akan menjadi masalah.

Disamping itu, setelah pelanggan puas maka umumnya timbul loyalitas sehingga akan melakukan pembelian ulang. Peneliti yang dilakukan Harahap dkk (2020), menyatakan kepuasan konsumen berkorelasi signifikan pada loyalitas konsumen. Dimana pada saat konsumen puas atas apa yang mereka peroleh maka akan timbul kepercayaan terhadap perusahaan sehingga akan terbentuk dampak positif karena potensi konsumen akan kembali untuk berkunjung dan membeli kembali produk yang dapat meningkatkan nilai penjualan.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2021) menyebutkan bahwasanya kepuasan konsumen tak mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitasnya. Unmehopa (2023) mengatakan bahwa loyalitas konsumen berpengaruh signifikan. Loyalitas amat penting di sebuah usaha sebab akan menjadi tolak ukur dalam berbisnis, artinya terdapat aspek aspek seperti harga yang sesuai, layanan yang baik, serta suasana yang nyaman. Pengusaha akan mengupayakan strategi demi kepuasan pelanggannya. Aspek besar yang memengaruhi keputusan konsumen untuk memutuskan akan membeli produk dari hotel tersebut adalah kualitas produk, contohnya menjamin mutu makanan yang di sajikan di Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya.

Mengacu pada latar belakang di atas, penelitian ini dianggap perlu untuk dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Canting Restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya”.

## **METODE**

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian ini yakni kualitas produk serta harga pada kepuasan serta loyalitas konsumen di Canting Restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya dengan lokasi di Jalan Dr. Ir. H. Soekarno No.45-C, Kalijudan, Kecamatan Mulyorejo, Kabupaten Surabaya, Jawa Timur.

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian berjenis kuantitatif. Sugiyono (2018: 23) memaparkan, penelitian kuantitatif yakni penelitian dengan dasar fakta positif, meneliti populasi yang mana menggunakan indikator penelitian serta melakukan uji hipotesis dengan alat penelitian statistik. Penelitian ini mempergunakan metode survei serta memanfaatkan angket dalam mengumpulkan data. Sugiyono (2018:48) menjelaskan, metode survei dipergunakan dalam melakukan pengumpulan data, baik yang sudah ada maupun yang sedang berlangsung melalui wawancara terstruktur maupun penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah konsumen di Canting Restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Sampel ditentukan dengan menerapkan metode *purposive sampling* dengan memilah serta melalui berbagai pertimbangan. Total sampel penelitian ini yakni 75 sampel (Ferdinand, 2016:109). Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS.

### Variabel Penelitian

Dua variabel yang dipergunakan di penelitian ini yakni variabel bebas serta terikat, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2018:68) seperti berikut:

- a. Variabel bebas yakni variabel yang merupakan penyebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas penelitian ini yakni kualitas produk ( $X_1$ ) serta harga ( $X_2$ ).
- b. Variabel terikat yakni variabel yang menjadi dampak dari keberadaan variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini yakni kepuasan Konsumen ( $Y_1$ ) serta loyalitas konsumen ( $Y_2$ ).

### Metode Analisis Data

#### a. Kuisisioner

Skala likert dipergunakan dalam melakukan pengukuran pandangan dan pendapat yang disampaikan responden terkait peristiwa yang dapat mendukung penelitian yang ada (Sugiyono, 2018:158). Adapun skor skala likert yakni:

Tabel 2. Skala Likert

Penilaian Skor	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

#### b. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Pengujian Validitas

Pengujian validitas guna mengukur keabsahan item pernyataan. Ghozali (2018:51) memaparkan, sebuah angket dinyatakan valid hanya jika item pertanyaan dapat menerangkan sesuatu yang ingin diukur. Syarat pengujian validitas, yakni:

- a. Bilamana  $g \geq r$  tabel, ini berarti item pertanyaan bersifat valid.
- b. Bilamana  $r$  hitung  $< r$  tabel, ini berarti item pertanyaan bersifat invalid.

##### 2. Pengujian Reabilitas

Pengujian Reliabilitas guna melihat konsistensi temuan pengukuran jikalau sebuah obyek yang dipergunakan sama, artinya seharusnya dihasilkan data yang sama (Sugiyono, 2018:510). Kriteria yang dipergunakan dalam menguji reliabilitas yakni:

- a. Bilamana *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6$  berarti variabel dikatakan andal.

- b. Bilamana *Cronbach's Alpha* < 0,6 berarti variabel dikatakan tak andal.

### Pengujian Asumsi Klasik

#### 1. Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas mempunyai tujuan mengetahui model regresi atas variabel bebas serta terikat ataupun keduanya tersebar normal atau tidak. Jadi, mampu dideteksi apakah residual tersebar normal ataukah tidak. Uji ini diterapkan dengan dua cara yakni pengujian statistic serta analisis grafik.

#### 2. Pengujian Multikolinieritas

Ghozali (2018:107) menyatakan pengujian multikolinieritas dilaksanakan dengan melihat apakah terdapat hubungan antarvariabel bebas di sebuah model. Adapun sebuah model dinyatakan baik jika tak ada hubungan antar variabel bebas. Pengujian multikolinieritas mempergunakan nilai tolerance ataupun VIF (variance inflation factor).

- a. Bilamana *Tolerance* > 0,10 serta VIF < 10,00, ini berarti tak timbul gejala multikolinieritas.
- b. Bilamana *Tolerance* ≤ 0,10 serta VIF ≥ 10,00, berarti timbul gejala multikolinieritas.

#### 3. Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas guna mencari tahu apakah timbul inkonsistensi varian dari residual sebuah pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi Ghozali (2018:135). Jika varian residu suatu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, artinya terjadi homokedastisitas, apabila sebaliknya maka terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar analisisnya yakni :

- a. Bilamana timbul pola tertentu, contohnya titik-titik yang membentuk sebuah pola (gelombang, melebar kemudian menyempit), ini berarti dianggap ada gejala heteroskedastisitas.
- b. Bilamana tak timbul pola yang jelas serta titik-titik tersebar di atas serta di bawah angka 0 sumbu Y, ini berarti tak ada gejala heteroskedastisitas.

### Persamaan Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2018:305) memaparkan, analisis regresi linear berganda berfungsi mencari tahu apakah variabel bebas berkorelasi dengan variabel terikat.

Berikut adalah model persamaan analisis regresi linier berganda:

$$Y1 = a + b1X_1 + b2X_2 + e$$

$$Y2 = a + b3X^1 + b4X_2 + b5Y1 + e$$

### Analisis Koefisien Determinasi

Ghozali (2018:179) memaparkan, Adjusted R<sup>2</sup> dipergunakan untuk memperoleh besaran variasi dari variabel terikat yang ingin diuraikan oleh variasi yang terdapat di variabel bebas. Adapun sisa yang tak dapat diuraikan yakni elemen dari variasi variabel lainnya yang tak tercakup dalam model.

**Tabel 3. Interpretasi Kofisien Korelasi**

Interval Koefisien	Taraf Korelasi
0,10 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1000	Sangat Kuat

### Pengujian t

Sugiyono (2018:332) memaparkan, pengujian t dilakukan guna mencari tahu pengaruh antarvariabel  $X_1$ , serta  $X_2$  terhadap variabel  $Y_1$  dan  $Y_2$

Kriteria dalam pengujian t antara lain :

- Bilamana  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  serta nilai  $\text{sig} \leq 0,05$ , ini berarti  $H_0$  mengalami penolakan serta  $H_1$  terbukti. Dengan demikian, variabel bebas (X) memiliki pengaruh signifikan pada variabel terikat (Y)
- Bilamana  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  dan nilai  $\text{sig} > 0,05$ , ini berarti  $H_0$  terbukti serta  $H_1$  mengalami penolakan. Dengan demikian, variabel bebas (X) tak memiliki pengaruh pada variabel terikat (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Pengujian Validitas

Atas dasar temuan olah data mempergunakan SPSS didapat hasil yakni:

**Tabel 4. Temuan Pengujian Validitas**

Nama Variabel	Variabel	R Hitung
$X_1$ (Kualitas Produk)	$X_{1.1}$	0.763
	$X_{1.2}$	0.741
	$X_{1.3}$	0.815
	$X_{1.4}$	0.805
	$X_{1.5}$	0.837
$X_2$ (Harga)	$X_{2.1}$	0.808
	$X_{2.2}$	0.785
	$X_{2.3}$	0.783
	$X_{2.4}$	0.842
$Y_1$ (Kepuasan Konsumen)	$Y_{1.1}$	0.844
	$Y_{1.2}$	0.871
	$Y_{1.3}$	0.825
$Y_2$ (Loyalitas Konsumen)	$Y_{2.1}$	0.800
	$Y_{2.2}$	0.838
	$Y_{2.3}$	0.828

Tabel 4 diperoleh r hitung  $>$  r tabel (0,2272), jadi keseluruhan item pernyataan bersifat valid.

#### Pengujian Reliabilitas

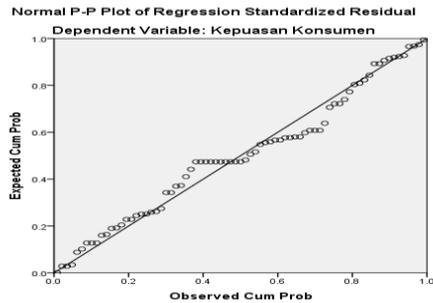
**Tabel 5. Temuan Pengujian Reliabilitas**

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1.	Kualitas Produk ( $X_1$ )	0.846
2.	Harga ( $X_2$ )	0.815
3.	Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ )	0.802
4.	Loyalitas Konsumen ( $Y_2$ )	0.757

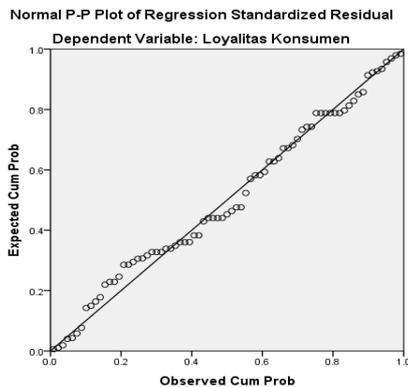
Menurut tabel 5, variabel *Kualitas Produk* ( $X_1$ ), *Harga* ( $X_2$ ), *Kepuasan Konsumen* ( $Y_1$ ), serta *Loyalitas Konsumen* ( $Y_2$ ), memiliki *Cronbach's Alpha*  $>$  0,6 artinya semua variabel bersifat andal.

## Pengujian Asumsi Klasik

### 1. Pengujian Normalitas



**Gambar 1. Temuan Pengujian Normalitas  $Y_1$**



**Gambar 2. Temuan Pengujian Normalitas  $Y_2$**

Sesuai Gambar 2 serta 3 mampu dikatakan tak ada pola teratur dan penyebaran titik plot cukup acak. Jadi, model disebut memiliki distribusi normal.

### 2. Pengujian Multikolinearitas

**Tabel 6. Temuan Pengujian Multikolinearitas  $Y_1$**

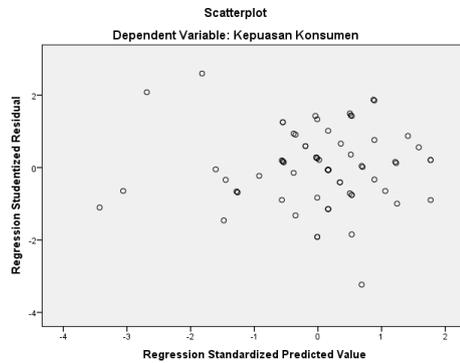
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0.260	3.853
Harga ( $X_2$ )	0,260	3.853

**Tabel 7. Hasil Pengujian Multikolinearitas  $Y_2$**

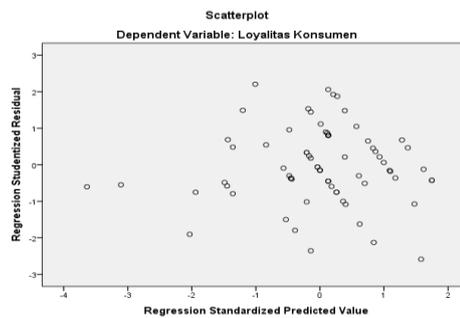
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0.197	5.088
Harga ( $X_2$ )	0,221	4.516
Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ )	0,224	4.456

Tabel 6 dan 7 memperlihatkan bahwasanya seluruh variabel pada penelitian bernilai *tolerance* > 0,1 serta VIF < 10, artinya timbul gejala multikolinieritas

### 3. Pengujian Heteroskedastisitas



**Gambar 3. Temuan Pengujian Heteroskedastisitas  $Y_1$**



**Gambar 4. Temuan Pengujian Heteroskedastisitas  $Y_2$**

Gambar 3 dan 4 memperlihatkan tak terdapat pola jelas contohnya titik-titik yang melebar di atas serta di bawah titik 0 sumbu Y, titik-titik tersebar acak, serta tak terbentuk sebuah pola, maka model yang diuji bebas dari gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 8. Temuan Analisis Regresi Linear Berganda  $Y_1$**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	Std. Error
I <i>Constant</i>	1.058	0.689
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0.317	0.066
Harga ( $X_2$ )	0.292	0.083

Sesuai Tabel 8, maka persamaan regresi linear berganda yakni :

$$Y_1 = 1,058 + 0,317 X_1 + 0,292 X_2$$

**Tabel 9. Temuan Analisis Regresi Linear Berganda  $Y_2$**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	Std. Error
I <i>Constant</i>	0.457	0.603
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0.238	0.065
Harga ( $X_2$ )	0.072	0.077
Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ )	0.500	0.101

Sesuai Tabel 9 didapatkan persamaan regresi linear berganda yakni:

$$Y_2 = 0,457 + 0,238 X_1 + 0,072 X_2 + 0,500 Y_1$$

### Pengujian Koefisien Determinasi

**Tabel 10. Temuan Pengujian Koefisien Determinasi  $Y_1$**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.881 <sup>a</sup>	0.776	0.769

Pada Tabel 10 didapatkan nilai Adjusted R Square yakni 0.769 (76.9%), ini berarti kualitas produk serta harga berkontribusi kuat pada kepuasan konsumen.

**Tabel 11. Temuan Pengujian Koefisien Determinasi  $Y_2$**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.920 <sup>a</sup>	0.839	0.802

Sesuai tabel 11 didapatkan Adjusted R Square senilai 0.802 (80.2%). Ini berarti kualitas produk, harga, serta kepuasan konsumen berkontribusi kuat pada loyalitas konsumen.

### Pengujian t

Pengujian t yaitu mengomparasikan  $t_{\text{tabel}}$  serta  $t_{\text{hitung}}$  juga taraf signifikasinya. Adapun  $t_{\text{tabel}}$  mampu diperoleh mempergunakan formula:

$$t_{\text{tabel}} = (a/2 ; n - k - 1)$$

Di mana:

n = total responden

k = total variabel bebas

$$t_{\text{tabel}} = (0.05 / 2 ; 75 \text{ responden} - 3 \text{ variabel} - 1)$$

$$t_{\text{tabel}} = (0.025 ; 72)$$

$$t_{\text{tabel}} = 1.99346$$

## 1. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

**Tabel 12. Temuan Pengujian  $t_1$**

Model		t hitung	Signifikan
I	Constant	1.535	0.129
	Kualitas Produk ( $X_1$ )	4.804	0.000
	Harga ( $X_2$ )	3.521	0.001

### a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen

Menurut Tabel 12, didapat  $t_{\text{hitung}}$  senilai 4.804 >  $t_{\text{tabel}}$  1,99346 dimana signifikansi 0,000 < 0,050. Jadi, kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen di Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Semakin enak dan menarik Kualitas makanan dan minuman yang tersedia pada Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya, maka akan timbul kepuasan pada diri kepuasan konsumen.

### b. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Tabel 12, didapat  $t$  hitung senilai  $3,521 > t$  tabel  $1,99346$  dimana signifikan  $0,001 < 0,050$ . Jadi, harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Pada saat konsumen merasa harga yang ditawarkan sejalan dengan kualitas makanan/minuman yang disuguhkan, alhasil akan tercipta kepuasan dalam diri konsumen.

## 2. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

Tabel 13. Temuan Pengujian  $t_2$

Model	Hitung	Signifikan
I		
<i>Constant</i>	0.759	0.450
Kualitas Produk ( $X_1$ )	3.648	0.001
Harga ( $X_2$ )	0.929	0.356
Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ )	4.924	0.000

### a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen

Sesuai Tabel 13,  $t$  hitung bernilai  $3,648 > t$  tabel  $1,99346$  dimana signifikansi  $0.001 < 0,05$ , artinya kualitas produk berpengaruh signifikan pada loyalitas konsumen di Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Caesar Surabaya. Pada saat kualitas produk yang diterima pada saat makan di Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya memuaskan konsumen makan konsumen akan melakukan kunjungan ulang.

### b. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen

Sesuai Tabel 13,  $t$  hitung bernilai  $0,929 < t$  tabel  $1,99346$  dimana signifikansi  $0.356 > 0,05$ , dapat dikatakan harga tidak berpengaruh pada loyalitas konsumen di Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Caesar Surabaya. Dimana mampu disampaikan bahwasanya harga tak mempengaruhi loyalitas konsumen, jadi harga dinaikkan atau di turunkan tidak akan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Temuan ini selaras dengan penelitian Lestari (2022) yang menyatakan harga tak berkorelasi signifikan pada loyalitas konsumen di Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh.

### c. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

Sesuai Tabel 13 diperoleh  $t$  hitung  $4,924 > t$  tabel  $1,99346$  dimana signifikansi  $0.000 < 0,05$ , ini berarti kepuasan konsumen berpengaruh signifikan pada loyalitas konsumen yang ada di Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Caesar Surabaya. Pada saat tercipta kepuasan konsumen setelah berkunjung ke Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya maka akan menumbuhkan loyalitas konsumen untuk terus melakukan kunjungan ke Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya.

## SIMPULAN

Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan serta loyalitas konsumen di Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Sedangkan harga mempunyai pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen tetapi tak memiliki pengaruh

pada loyalitas konsumen di Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitas konsumen di Canting restoran Hotel Dafam Pacific Caesar Surabaya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Trussmedia Grafika, Yogyakarta.
- Harahap, Z., Leonandri, D., dan Julvitra, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di 71st Omakase Restoran, Cikajang Jakarta. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*. 8(2).
- Khumairo, K., N. Lukiana., dan K. T. Kasim. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Lumajang. *Proceeding Progress Conference*, 1(1).
- Lestari, A. B., Musfiana, R, R. (2020), Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh. *Economica Didactica*, 3(2)
- Mandei, J. M., Massie, J. D., dan Soepeno, D. (2020). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen di Brownice Beverage And Pastry. *Jurnal Emba*, 8(4).
- Prasyanti, P. A., Ningrum, N. R., dan Basri, A. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 16-23.
- Saputra, H., Muhazirin, B., dan Panjaitan, H.P. (2021). *The Effect of Brand Image, Product Quality, Quality Of ervice, Price Perception and Place on Consumer Buying Interest in Sido Kangen Bakso Pekanbaru*. *Jurnal Bisnis Harapan*. 1(1).
- Siddik, M., Suprihartini, L., dan Kurniawan, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Supermarket X) (*Studi. Dalam Jurnal*).
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Syahidin dan Adnan, (2022). Analisis Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Gpjer*, 4(1).
- Unmehopa, Y. W., dan Jemadi, J. (2023). Persepsi Konsumen Atas Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Caffee Legend Jogja. *Jurnal Mantra: Manajemen Strategis*, 1(01), 36-54.



Yusuf, M., Oswari, T., dan Hastuti, E. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Mc Donald's Di Kota Depok. *Ug Journal*, 15(2).