

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Restoran Torani di Balikpapan adalah sebuah tempat makan yang didirikan pada tahun 2006. Awalnya, restoran ini mencoba berjualan bandeng tanpa duri, menghadapi penolakan di beberapa rumah makan. Dengan ketekunan dan inovasi, mereka mendirikan tenda bernama Torani *food* dan mulai mencuri perhatian di "*Food Festival Balikpapan*" dengan hanya menawarkan 2 menu utama: bandeng tanpa duri dan pepes kepiting.



Gambar 4. 3 Rumah Makan Torani Balikpapan Tahun 2006

Sumber: <https://rmtorani.com/sejarah-rumah-makan-torani/>

Seiring waktu, Torani berkembang pesat, membuka gerai pertama pada 5 April di Jl. Jend. Sudirman Komplek Lembaga Perumahan no. 73 Stal Kuda Balikpapan. Dengan kesuksesan ini, mereka tidak hanya memenuhi permintaan pelanggan, tetapi juga membuka cabang di Jl. Juanda Samarinda, Jl. MT Haryono Balikpapan, dan Makasar. Saat ini, Torani diakui sebagai Pusat Kuliner *Seafood* Balikpapan.



Gambar 4. 4 Restoran Torani Balikpapan Tahun 2023

Restoran Torani menawarkan variasi hidangan *seafood* yang sangat beragam, terutama dalam hidangan utamanya, yakni bandeng tanpa duri. Hidangan ini, yang disajikan dengan metode kombinasi pemanggangan dan penggorengan krispi, memberikan aroma dan estetika yang menarik bagi pelanggan, menempatkannya sebagai pilihan yang sangat dihargai oleh penggemar ikan. Untuk penggemar kepiting, lobster, kerang, dan udang, restoran ini dianggap sebagai tempat terbaik di Balikpapan berkat kualitas *seafood*-nya yang superior.



Gambar 4. 5 Menu Restoran Torani Balikpapan

Di dalam restorannya pengunjung akan diberikan interior ramping dan modern yang dirancang secara khusus, menghadirkan suasana santai dan mewah. Area tempat duduk didesain secara ergonomis, memberikan kenyamanan maksimal selama konsumsi makanan. Setiap meja dirancang dengan perhatian khusus, menciptakan ruang privat yang nyaman bagi setiap kelompok pengunjung. Pemilihan furnitur dan dekorasi dilakukan secara cermat, menciptakan atmosfer yang menenangkan dan bersahaja bagi para pelanggan.



Gambar 4. 6 Fasilitas Restoran Torani Balikpapan

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menjawab pertanyaan melalui kuesioner oleh para pelanggan restoran torani Balikpapan. Teknik tersebut merupakan teknik pengumpulan data dimana para responden melengkapi kuesioner tanpa dibantu atau dipengaruhi oleh orang lain. Adapun total responden sejumlah 100 pengunjung yang dikelompokkan berdasarkan usia dan pekerjaan, untuk mengetahui karakteristik responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah orang	Persentase (%)
1	≤ 18 tahun	7	7%
2	19 – 30 tahun	65	65%
3	31 – 40 tahun	33	33%
4	≤ 41 tahun	5	5%

Berdasarkan tabel diatas karakteristik responden berdasarkan usia di dominasi yang berusia 19-30 tahun, yaitu sebanyak 65 orang. Setelah itu usia 31-40 tahun sebanyak 33 orang dan usia diatas 40 tahun sebanyak 5 orang serta usia dibawah 18 tahun sebanyak 7 orang.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pegawai Swasta	18	18%
2	Pemkot	8	8%
3	PNS	20	20%
4	Mahasiswa	15	15%
5	Polri / TNI	8	8%
6	Ibu Rumah Tangga	19	19%
7	Wirausaha	4	4%
8	Guru	8	8%

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, diketahui bahwa mayoritas pengunjung restoran torani Balikpapan pada objek penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) sejumlah 20 orang. Lalu ibu rumah tangga 19 orang, pegawai swasta 18 orang, mahasiswa 15 orang, polri, guru, dan pemkot masing-masing 8 orang, dan wirausaha 4 orang.

4.1.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menggambarkan setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti.

A. Kualitas Produk *Seafood*

Analisis deskriptif yang dilakukan adalah menggambarkan setiap jawaban responden. Hasil analisis deskriptif dari jawaban responden pada variabel kualitas produk *seafood* ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Kualitas Produk *Seafood*

PERYATAAN	1		2		3		4		5		Total
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1. Seberapa nyaman kebersihan karyawan maupun ruang lingkup yang ada di restoran Torani Balikpapan?			1	1%	9	9%	52	52%	38	38%	100
2. Seberapa baik kebersihan pada peralatan yang ada di restoran Torani Balikpapan?			1	1%	17	17%	41	41%	41	41%	100
3. Seberapa menarik tingkat daya tarik pada tampilan produk di restoran Torani Balikpapan?					13	13%	46	46%	38	38%	100
4. Apakah macam					16	16%	46	46%	38	38%	100

macam peralatan makan di restoran Torani Balikpapan cukup lengkap?										
5. Bagaimana kualitas packaging pada restoran Torani Balikpapan?				18	18%	54	54%	28	28%	100
6. Seberapa konsisten penyajian yang diberikannya di restoran Torani Balikpapan?				12	12%	52	52%	36	36%	100
7. Seberapa suka anda dengan tingkat kesegaran bahan seafood di restoran Torani Balikpapan?				26	26%	56	56%	18	18%	100
8. Seberapa suka anda dengan kualitas rasa produk seafood yang disajikan restoran Torani Balikpapan?				17	17%	46	46%	37	37%	100
9. Bagaimana tingkat ketahanan produk seafood di restoran				17	17%	36	36%	47	47%	100

1. Bagaimana tingkat ketertarikan anda pada logo restoran Torani Balikpapan?					18	18 %	66	66 %	16	16 %	100
2. Seberapa baik kesan anda pada logo restoran Torani Balikpapan?					18	18 %	38	38 %	44	44 %	100
3. Seberapa baik tingkat reputasi yang ada di restoran Torani Balikpapan?					16	16 %	45	45 %	39	39 %	100
4. Seberapa unik ciri khas produk seafood pada restoran Torani Balikpapan?					19	19 %	39	39 %	42	42 %	100
5. Apakah citra merek pada restoran menyajikan tempat yang modern?					15	15 %	45	45 %	40	40 %	100
6. Apakah citra merek pada restoran Torani Balikpapan memberikan kesan baik?1					9	9%	56	56 %	35	35 %	100
7. Apakah menurut anda nilai produk pada restoran Torani Balikpapan					11	11 %	40	40 %	49	49 %	100

sudah cukup baik?										
Total Frekuensi	0	0	106	329	265	700				
Total Persentase	0%	0%	15,1%	47%	37,9%	100%				

Presentase yang paling banyak adalah jawaban “Setuju” sebesar 47% dan presentase paling kecil adalah jawaban “Sangat Tidak Setuju” yaitu 0%. Sebanyak 85 responden menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa pelanggan merasa aman terhadap segala bentuk pelayanan yang di berikan restoran Torani Balikpapan.

C. Loyalitas Pelanggan

Analisis deskriptif yang dilakukan adalah menggambarkan setiap jawaban responden. Hasil analisis deskriptif, dari jawaban responden pada variabel loyalitas pelanggan ditunjukkan pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan

PERYATAAN	1		2		3		4		5		Total
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1. Seberapa sering anda mengkonsumsi produk seafood Torani Balikpapan?			4	4%	1	14%	5	51%	3	31%	100
2. Bagaimana tingkat kesetiaan anda pada produk seafood Torani Balikpapan?			2	2%	2	24%	4	47%	2	27%	100
3. Bagaimana tingkat kesetiaan anda pada merek di restoran Torani Balikpapan?			2	2%	2	25%		46%	3	38%	100

4. Seberapa yakin anda pada produk seafood di restoran torani dalam memberikan produk yang terbaik?			1	1 %	15	15 %	43	43 %	41	41 %	100
5. Apakah anda pernah merekomendasikan produk seafood torani kepada orang lain?			1	1 %	7	7%	50	50 %	42	42 %	100
6. Apakah anda pernah merekomendasikan atau memperkenalkan merek torani kepada orang lain?			1	1 %	6	6%	36	36 %	57	57 %	100
Total Frekuensi	0		11		91		273		236		611
Total Persentase	0%		1,8%		14,9%		44,7%		38,7%		100 %

Presentase yang paling besar adalah jawaban “Setuju” sebesar 44,7% dan presentase paling kecil adalah jawaban Sangat Tidak setuju dan Tidak setuju yaitu 0%. Sebanyak 83 responden menyatakan setuju dengan pernyataan keloyalitasan para pelanggan yang ada di restoran torani Balikpapan.

4.1.3 Deskripsi Varibel Penelitian

Deskripsi hasil penelitian ini digunakan untuk mengetahui penilaian responden terhadap variabel penelitian yang meliputi kualitas produk *seafood*, citra merek, dan loyalitas pelanggan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Untuk variabel kualitas produk *seafood* dengan 6 indikator

$$N (\text{jumlah responden}) = 100$$

$$\text{Jumlah skor} = \text{bobot} \times \text{jumlah indikator} \times N$$

$$\text{Skor terendah (STS)} = 1 \times 6 \times 100 = 600$$

$$\text{Skor tertinggi (SS)} = 5 \times 6 \times 100 = 3.000$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang skala} &= \frac{\text{skor tertinggi} \times \text{skor terendah}}{5} \\ &= \frac{3000 - 600}{5} \\ &= \frac{2.400}{5} \\ &= 480 \end{aligned}$$

Sehingga kriteria skor untuk variabel kualitas produk *seafood* (X1) adalah sebagai berikut:

$$\text{Sangat tidak setuju} = 600 - 1.080$$

$$\text{Tidak setuju} = 1.080 - 1.560$$

$$\text{Cukup setuju} = 1.560 - 2.040$$

$$\text{Setuju} = 2.040 - 2.520$$

$$\text{Sangat setuju} = 2.520 - 3.000$$

2. Untuk variabel citra merek (X2) dengan 3 indikator

$$N \text{ (jumlah responden)} = 100$$

$$\text{Jumlah skor} = \text{bobot} \times \text{jumlah indikator} \times N$$

$$\text{Skor terendah (STS)} = 1 \times 3 \times 100 = 300$$

$$\text{Skor tertinggi (SS)} = 5 \times 3 \times 100 = 1.500$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang skala} &= \frac{\text{skor tertinggi} \times \text{skor terendah}}{5} \\ &= \frac{1.500 - 300}{5} \\ &= \frac{1.200}{5} \\ &= 240 \end{aligned}$$

Sehingga kriteria skor untuk variabel citra merek (X2) adalah sebagai berikut:

Sangat tidak setuju = 300 – 540

Tidak setuju = 540 – 780

Cukup setuju = 780 - 1.020

Setuju = 1.020 – 1.260

Sangat setuju = 1.260 - 1.500

3. Untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan 5 indikator

N (jumlah responden) = 100

Jumlah skor = bobot x jumlah indikator x N

Skor terendah (STS) = 1 x 5 x 100 = 500

Skor tertinggi (SS) = 5 x 5 x 100 = 2.500

Rentang skala = $\frac{\text{skor tertinggi} \times \text{skor terendah}}{5}$

$$= \frac{2500 - 500}{5}$$

$$= \frac{2.000}{5}$$

$$= 400$$

Sehingga kriteria skor untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:

Sangat tidak setuju = 500 - 900

Tidak setuju = 900 - 1.300

Cukup setuju = 1.300 - 1.700

Setuju = 1.700 – 2.100

Sangat setuju = 2.100 – 2.500

4.1.4 Deskripsi Kualitas Produk *seafood* (X1)

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pengukuran variabel kualitas produk dilakukan dengan 6 indikator sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Kualitas Produk *Seafood*

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor
1	<i>performance,</i>	155(775)	187(748)	56(168)	2(4)	0	1695
2	<i>featurees,</i>	76(380)	95(380)	29(87)	0	0	847
3	<i>realibity,</i>	109(545)	150(600)	41(123)	0	0	1268
4	<i>conformance,</i>	43(215)	102(408)	43(129)	0	0	812
5	<i>durability,</i>	85(425)	82(328)	33(99)	0	0	852
6	<i>perceived quality</i>	89(445)	90(360)	20(60)	1(2)	0	867

Berdasarkan tabel 4. diatas dapat diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel kualitas produk *seafood* dengan indikator skor tertinggi adalah 1.695, yang berada pada kategori cukup setuju (1.560-2.040). Hal ini mengidentifikasi bahwa responden cukup setuju terhadap indikator (*perfromance*) kinerja karakter dasar suatu produk. Responden menganggap bahwa kualitas produk *seafood* dengan indikator tersebut dianggap baik. Dari indikator tersebut diketahui bahwa memiliki pengaruh besar yang signifikan. sedangkan untuk faktor indikator dengan skor terendah yaitu 812 (600-1.080) yang dapat dikatakan hampir tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Sehingga variabel kualitas produk *seafood* memiliki pengaruh yang signifikan terutama terdapat di faktor indikator kinerja (*performance*).

4.1.5 Deskripsi Citra Merek (X2)

Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang di cerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen, yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya, dengan menghitung dari 3 indikator maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Citra Merek (X2)

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor
1	<i>brand identity</i>	99(495)	149(595)	76(228)	0	0	1319
2	<i>Brand personality</i>	82(410)	84(336)	34(102)	0	0	848
3	<i>Brand association</i>	84(420)	96(384)	20(60)	0	0	864

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa skor jawaban responden untuk variabel citra merek dengan indikator skor tertinggi adalah 1.319, yang berada pada kategori setuju (1.020-1.260). Hal ini mengidentifikasi bahwa responden setuju terhadap indikator (*brand identity*) identitas merek. Responden menganggap bahwa citra merek dengan indikator tersebut dianggap baik. Dari indikator tersebut, diketahui memiliki pengaruh besar yang signifikan. Sedangkan untuk faktor indikator *brand personality* dengan skor terendah yaitu 848 (780-1.020) yang dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan yang kecil. Sehingga variabel citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terutama terdapat di faktor indikator (*brand identity*) identitas merek.

4.1.6 Deskripsi Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan adalah komitmen kuat yang muncul dari pelanggan, keinginan untuk terus membeli secara ulang dan terus

menerus pada suatu produk dan jasa yang diinginkan dengan konsisten pada jangka waktu yang lama.

Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	5	4	3	2	1	Skor
1	Pembelian ulang	69(345)	109(436)	22(66)	0	0	847
2	Kebiasaan mengkonsumsi merek	58(290)	98(392)	38(114)	6(12)	0	808
3	Ketetapan pada merek	64(320)	93(372)	40(120)	3(6)	0	818
4	Keyakinan bahwa merek tertentu adalah merek terbaik	83(415)	93(372)	22(66)	2(4)	0	857
5	Perekomendasi merek pada orang lain	99(495)	86(344)	13(39)	2(4)	0	882

Berdasarkan data yang terdapat dalam Tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa skor jawaban responden terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan indikator skor tertinggi mencapai 882, berada dalam kategori kurang setuju (500-900). Temuan ini mengidentifikasi bahwa responden cenderung kurang setuju terhadap kelima indikator loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel loyalitas pelanggan menunjukkan pengaruh yang relatif kecil. Dari hasil indikator tersebut, terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan.

4.2 Analisis Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji suatu instrumen tersebut layak atau tidak sehingga dapat menjamin adanya kesesuaian antara alat ukur tersebut dengan kondisi yang ingin diukur. Cara melakukan pengujian yaitu dengan mengkorelasikan antara skor masing masing butir instrumen. Korelasi product moment merupakan teknik korelasi yang digunakan, kemudian dianalisis menggunakan korelasi pearson (Sugiyono, 2017).

Tabel 4. 11 Tabel signifikansi

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317

19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Sumber : <https://www.konsultanstatistik.com/2021/01/cara-membaca-nilai-r-tabel.html>

http://repository.upi.edu/14867/16/S_PEA_1005771_Appendix7.pdf

Setelah dilakukan perhitungan dengan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Variabel	Item pernyataan	Pearson correlatons	Signifikansi 5%	Keterangan
X1	X4	,494	0.444	Valid
	X5	,450	0.444	Valid
	X6	,584	0.444	Valid
	X7	,620	0.444	Valid

	X8	,554	0.444	Valid
	X9	,775	0.444	Valid
	X11	,527	0.444	Valid
	X12	,602	0.444	Valid
	X13	,644	0.444	Valid
	X14	,637	0.444	Valid
	X15	,462	0.444	Valid

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel X2

Variabel	Item pernyataan	Pearson correlatons	Signifikansi 5%	Keterangan
X2	X16	,529	0.444	Valid
	X17	,686	0.444	Valid
	X18	,790	0.444	Valid
	X19	,772	0.444	Valid
	X20	,660	0.444	Valid
	X21	,604	0.444	Valid
	X22	,667	0.444	Valid

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas variabel Y

Variabel	Item pernyataan	Pearson correlatons	Signifikansi 5%	Keterangan
Y	Y3	,753	0.444	Valid
	Y4	,623	0.444	Valid
	Y5	,533	0.444	Valid
	Y6	,590	0.444	Valid
	Y7	,718	0.444	Valid
	Y8	,833	0.444	Valid

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan dalam Variabel X1 terdapat empat item pertanyaan yang tidak valid (X1, X2, X3, X10) sedangkan dalam Variabel X2 tidak terdapat item pertanyaan yang tidak valid. Untuk variabel Y sendiri terdapat dua item pertanyaan dengan yang tidak valid (Y1, dan Y2).

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran berulang kali. Uji reliabilitas dirancang dalam bentuk alat ukur berupa kuisisioner, apabila alat ukur tersebut dapat diandalkan maka hasil pengujian yang dilakukan secara berulang kali tersebut akan memberikan hasil yang relatif sama (Sugiyono. 2017). Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha (α) dari cronbach's alpha. Jika diperoleh nilai alpha (α) lebih besar dari 0.6 maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

Dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas menggunakan program aplikasi SPSS version 26:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Cronbach`s alpha	N of items
,828	11

Sumber: SPSS 26 *For Windows* (2023)

Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

Cronbach`s alpha	N of items
,793	7

Sumber: SPSS 26 *For Windows* (2023)

Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach`s alpha	N of items
,792	6

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Tabel 4. 18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2 dan Y

Variabel	Cronbach`s alpha	Batas signifikan	Status
Kualitas Produk (X1)	,828	0,60	Reliabel
Citra Merek (X2)	,793	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y1)	,792	0,60	Reliabel

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dari data variabel X1, X2 dan variabel Y sudah reliabel karena nilai cronbach`s alpha > dari batas signifikan (0,60).

4.2.3 Uji Normalitas

Pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi secara normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikansinya. Normalitas merupakan suatu distribusi yang menunjukkan sebaran data yang seimbang sebagian besar data berada pada nilai di tengah. Normalitas merupakan syarat keharusan dan pertama pada analisis parametrik dan analisis regresi.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bisa terutama untuk sampel kecil. Uji normalitas dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu secara deskriptif dan analitik.

Adapun hasil dari perhitungan secara deskriptif yaitu uji normalitas koefisien varians pada restoran torani Balikpapan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 19 Uji Normalitas Koefisien Varians

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	33	55	44,68	3,982
X2	100	21	35	29,57	3,153
Y	100	16	30	24,95	2,844
Valid N (listwise)					

Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas Koefisien Varians

variabel	Nilai koefisien varians	Keterangan
X1	8,912	Data Berdistribusi Normal
X2	10,665	Data Berdistribusi Normal
Y	11,399	Data Berdistribusi Normal

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Nilai koefisien varians variabel <30% maka data berdistribusi normal dilihat tabel diatas variabel X1, X2, dan Y nilai koefisiennya <30% maka dikatakan data berdistribusi normal.

4.2.4 Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2011) tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai Tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,00. Dari hasil perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinearitas, variable bebas menunjukkan bahwa nilai VIF = 1.774 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bebas dari multikolinearitas.

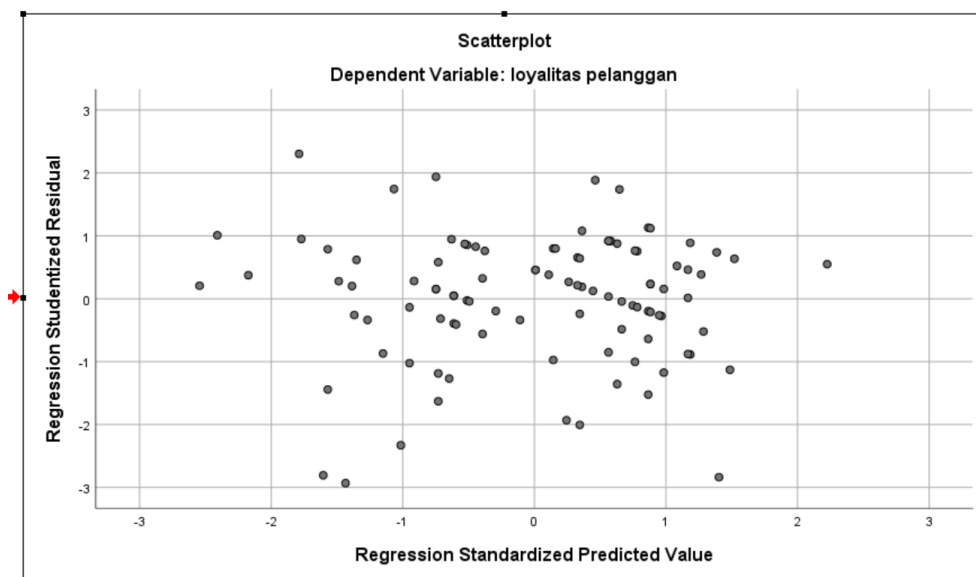
Tabel 4. 21 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients			
Model		Collinearity statistics	
		tolerance	VIF
1	(constant)		
	Kualitas produk	,564	1,774
	Citra merek	,564	1,774

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

4.2.5 Uji Heterokedastitas

Menurut Ghozali (2013) Uji heteroskedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastitas dapat dideteksi dengan memeriksa adanya pola titik pada perbedaan antara ZPRED dan SRESID, dimana sumbu Y adalah variabel prediksi dan X adalah residual yang dilakukan. Hasil uji heteroskedastitas ditunjukkan pada gambar 4.1.



Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan Gambar terlihat pola titik-titik tidak berpola atau titik- titik tersebut menyebar. Jadi, terlihat tidak ada pola yang jelas atau beraturan, titik-titik dalam gambar menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka karena hal ini mengindikasi/membuktikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.6 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2011) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda dengan 2 variabel bebas adalah : $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$.

Model ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh variabel Kualitas produk *seafood* (X1) dan citra merek (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, hasil dari uji regresi linear berganda ditunjukkan pada tabel 4.22.

Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized coefficients		Standardied coefficients	t	sig
	B	Std. Error	beta		
(constant)	6,004	2,651		2,265	,026
Kualitas produk	,174	,077	,244	2,269	,025
Citra merek	,378	,097	,419	3,901	,000

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan, didapatkan hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 6,004 + 0,174 + 0,378$$

Melihat pada koefisien variable diatas menunjukkan bahwa. Apabila kualitas produk *seafood* & citra merek memiliki nilai konstan pada angka 0 maka tingkat loyalitas pelanggan akan bernilai sebesar 6,004. Apabila kualitas produk bernilai 1 satuan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat sebesar 0,174. Dan apabila citra merek bernilai 1 satuan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin meningkat sebesar 0,378.

4.2.7 Uji Hipotesis

A. Uji F

Uji F (uji simultan) berguna untuk mengukur apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan ke variabel dependen. Jadi, jika nilai signifikansi uji F < 0,05 maka model yang digunakan dalam penelitian layak dan dapat dipergunakan untuk analisis berikutnya, begitupun jika nilai signifikan > dari 0,05 maka model yang digunakan dalam penelitian tidak dapat dipergunakan untuk analisis selanjutnya (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 23 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	269,024	2	148,012	28,445	,000 ^b
	Residual	504,726	97	5,203		
	Total	800,750	99			

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Hasil uji F ini dapat dilihat dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka model signifikan, sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka model tidak signifikan. Dengan *Level of Significant* $\alpha = 5\%$, $(k ; n-k) = (2 ; 100-2) = (2 ; 98)$, maka diperoleh nilai F_{tabel} adalah 3,09.

Berdasarkan hasil analisis SPSS yang disajikan pada tabel didapat nilai $F_{hitung} = 28,445 > F_{tabel} = 3,09$ dan sig. sebesar 0,00

yang artinya $\text{sig} < 0,05$. Oleh karena itu, variabel kualitas produk *seafood* dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di restoran torani Balikpapan yang berarti menolak H_0 dan menerima H_1 .

B. Uji T

Uji t bertujuan untuk melihat dan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2011) jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ maka artinya variable independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variable dependent (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa:

Tabel 4. 24 Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized coefficients		Standardied coefficients	t	sig
	B	Std. Error	beta		
(constant)	6,004	2,651		2,265	,026
Kualitas produk	,174	,077	,244	2,269	,025
Citra merek	,378	,097	,419	3,901	,000

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

X1: Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

X2: Citra merek berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Sujarweni (2014) jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka artinya varabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y). Rumus mencari $t_{\text{tabel}} = (a/2; n-k-1) = (0,05/2; 100-2-1) = (0,025; 97) = 1,988$.

Berdasarkan hasil uji t diatas bahwa diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 2,269 > t_{\text{tabel}} = 1,988$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas

produk *seafood* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil uji t pada variabel citra merek diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,901 > t_{tabel} = 1,988$, yang artinya variabel citra merek secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

C. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Berikut hasil uji koefisien determinasi yang ditunjukkan pada tabel 4. 25.

Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608	,370	,357	2,281

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa koefisien R Square diperoleh sebesar 0,370 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,357. Hal ini berarti 37% loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk *seafood* dan citra merek sedangkan sisanya yaitu 63% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.8 Uji Korelasi

Berdasarkan mengetahui tingkat keeratan atau derajat hubungan linear antara variabel Kualitas produk *seafood* (X1), citra merek (X2) dengan variabel loyalitas Pelanggan (Y) maka digunakan perhitungan korelasi dengan menggunakan SPSS 26 for windows.

Tabel 4. 26 Hasil Uji Korelasi

		Kualitas Produk <i>Seafood</i>	Citra Merek	Loyalitas Pelanggan
Kualitas Produk <i>Seafood</i>	Pearson Correlation	1	,661**	,520**
	Sig. (2tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Citra Merek	Pearson Correlation	,661**	1	,580**
	Sig. (2tailed)	,000	,000	,000
	N	100	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,520**	,580**	1
	Sig. (2tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

Sumber: SPSS 26 For Windows (2023)

Menurut Pratama (2019) langkah-langkah untuk menentukan hubungan antara dua variabel dengan menentukan kriteria pengujian yaitu, jika signifikan $> 0,1$ maka H_1 diterima dan jika signifikan $< 0,1$ maka H_0 ditolak. Dari hasil analisis yang dilakukan yang ditunjukkan pada tabel diatas, korelasi antara kualitas produk *seafood* dengan loyalitas pelanggan memberikan nilai koefisien sebesar 0,520 sedangkan citra merek dengan loyalitas pelanggan memberikan nilai koefisien sebesar 0,580. Maka, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas produk *seafood* dan citra merek dengan loyalitas pelanggan adalah kuat. Angka koefisien positif menunjukkan hubungan positif.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk *Seafood* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil penelitian terdapat pengaruh yang terbilang cukup kuat yang menyatakan ada pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dipenelitian ini. Ini merupakan nilai pengaruh yang cukup besar atau termasuk kategori kuat itu membuktikan bahwa kualitas produk *seafood* sudah sangat baik dan terpercaya dari segi kinerja produk, fitur produk, kesesuaian dan spesifikasi, keandalan, ketahanan/daya tahan, estetika daya tarik dan kualitas yang dipersiapkan dari produk tersebut, terutama pada indikator skor tertinggi yaitu 1.695, yang berada pada kategori kinerja karakter dasar suatu produk seperti kualitas bahan baku, keberagaman produk serta kebersihan karyawan dan peralatan dalam keberagaman. Hal ini terbukti bahwa kualitas produk sudah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan untuk faktor terendah dengan skor 812 yang harus restoran torani tingkatkan ialah kekonsistenan dalam produk makanan dan pelayanan di restoran torani Balikpapan.

Untuk itu diharapkan untuk restoran torani Balikpapan harus terus meningkatkan kualitas produk dan lebih memperhatikan lingkungan di sekitar agar pelanggan dapat lebih nyaman untuk makan di restoran torani. Untuk dapat disukai oleh pelanggan, kualitas yang lebih baik lagi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk *seafood*, semakin baik kualitas suatu produk maka semakin meningkat juga loyalitas pelanggan sedangkan untuk sisahnya mungkin dipengaruhi faktor lain mungkin dari faktor citra merek yang harus diperhatikan juga, agar loyalitas pelanggan dari restoran torani Balikpapan terus meningkat dan semakin baik dimata pelanggan. Hal

ini, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nyonyie et al., 2019).

Dalam penelitian ini, Melalui hasil uji t (parsial) dapat di ketahui $2,269 > t_{\text{tabel}} = 1,988$ bahwa variabel kualitas produk (x1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Responden menyatakan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena kualitas produk yang bagus akan memberikan persepsi yang baik dan membuat pelanggan senang dan puas terhadap produk tersebut.

Kualitas produk *seafood* terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini memberikan pengertian bahwa semakin meningkat produk *seafood* di restoran torani Balikpapan yang disajikan berkualitas, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggannya.

4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dalam penelitian ini, setelah melakukan analisis mendalam terhadap aspek citra merek yang mencakup *brand identity*, *brand personality*, *brand association*, hingga *brand attitude & behavior* menunjukkan bahwa beberapa konsumen memberikan penilaian yang positif. Dengan nilai tinggi 1.319 dari faktor *brand identity* yaitu reputasi dari restoran torani yang memiliki pengaruh positif untuk loyalitas pelanggan, sedangkan untuk faktor yang memiliki nilai rendah yaitu 848 tentang *brand personality* dari restoran torani Balikpapan. Maka dapat menjadi suatu evaluasi kepada restoran torani Balikpapan untuk lebih memperhatikan *brand image* mereka agar menjadi lebih dikenal dan lebih unggul dari pesaing lain. Hal ini, sejalan dengan penelitian (Widiaswara, 2017).

Berdasarkan uji t (parsial) yang dilakukan, telah diperoleh diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.901 dan t_{tabel} sebesar 1.988 dengan

taraf signifikansi sebesar 0.000. Maka karena itu pada nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai signifikasinya sebesar 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (x2) memiliki pengaruh besar daripada variabel lainnya.

4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk *Seafood* dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk *seafood* dan citra merek secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini, memberikan pengertian bahwa semakin pihak restoran torani Balikpapan mampu menghadirkan makanan yang berkualitas dan meningkatkan kualitas branding yang inovatif, maka tentu akan menambah kelayakitan pelanggan.

Terbuktinya dari hasil penelitian, maka harus ada upaya dari pihak manajemen restoran torani Balikpapan untuk terus mengevaluasi kualitas produk *seafood* dan citra merek sehingga akan mampu memberikan nilai lebih dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, diantaranya terus melakukan pembenahan dengan baik, terutama perhatian terhadap citra merek (*brand image*). Hal ini, sejalan dengan penelitian pendahulu oleh Kurniawati (2014), semakin inovatif dan kreatif dalam memperkembangkan citra merek, dan meningkatkan serta mempertahankan konsistensi dari kualitas produk *seafood* restoran torani maka pengunjung menginginkan untuk kembali sebagai bentuk kelayakitan pada restoran torani Balikpapan.

Berdasarkan hasil analisis SPSS yang disajikan pada tabel didapat nilai $F_{hitung} = 28,445 > F_{tabel} = 3,09$ dan sig. sebesar 0,00 yang artinya $sig < 0,05$. Oleh karena itu, variabel kualitas produk *seafood* dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di restoran torani Balikpapan.

4.3.4 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang penulis lakukan adapun terdapat kendala yang ditemukan pada saat pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan kemampuan dari peneliti dalam melaksanakan penelitian yang mengakibatkan dapat membatasi cakupan penelitian atau periode pengumpulan data sehingga mempengaruhi kedalaman analisis dan pemahaman mengenai pengaruh kualitas produk *seafood* dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada restoran torani Balikpapan.
2. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya 100 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner yang disebarkan terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam hal kualitas produk *seafood* dan citra merek.