

Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mata Hati Cafe Kediri

Evrina Latando Putri

Universitas Islam Kediri

Korespondensi penulis: evrinalatando361@gmail.com

Abstract. *Intense competition in the culinary world forces entrepreneurs to think about what consumers want, including product diversity and product quality. Researchers chose Mata Hati Cafe because it was based on existing considerations. The aim of the research is to partially and simultaneously explain the influence of Product Diversity (X1) and Product Quality (X2) on Customer Loyalty (Y) at Mata Hati Cafe Kediri. This research uses quantitative methods, in order to find out how much influence these variables have on customer loyalty. The population was 5,329 customers using non-probability sampling techniques with a purposive sampling approach. Data collection techniques used observation, interviews, questionnaires and literature study. Samples were taken from 98 respondents using the Slovin formula. The analysis techniques used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, t test, F test, and coefficient of determination test. Data processing with the SPSS program. The results of this research show that product diversity sometimes has a significant influence on customer loyalty at Mata HatiCafe Kediri, product quality sometimes has a significant influence on customer loyalty at Mata HatiCafe Kediri. Meanwhile, product diversity and product quality also have a significant effect on customer loyalty at Mata Hati Cafe Kediri.*

Keywords: *Product Diversity, Product Quality, Customer Loyalty*

Abstrak. Persaingan yang ketat di dunia kuliner memaksa para pengusaha untuk memikirkan apa yang diinginkan konsumen, termasuk keberagaman produk dan kualitas produk. Peneliti memilih Mata Hati Cafe karena berdasarkan pertimbangan yang ada. Tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan secara parsial dan simultan pengaruh Keanekaragaman Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Kafe Mata Hati Kediri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap loyalitas pelanggan. Populasi sebanyak 5.329 pelanggan dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, angket dan studi pustaka. Sampel diambil sebanyak 98 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Pengolahan data dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman produk terkadang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Mata HatiCafe Kediri, kualitas produk terkadang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Mata HatiCafe Kediri. Sedangkan keragaman produk dan kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri.

Kata kunci : Keanekaragaman Produk, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

LATAR BELAKANG

Era globalisasi merupakan perubahan global yang telah mempengaruhi seluruh dunia. Kondisi dunia saat ini tentu berbeda dengan dulu. Perubahan tersebut juga terjadi dalam konteks gaya hidup orang nanti khususnya di wilayah perkotaan. Modernisasi telah banyak berubah untuk hidup di zaman ini perkembangan kebutuhan hidup manusia, yaitu dipicu oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus-menerus

perubahan dari waktu ke waktu. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga memiliki dampak besar pada perubahan sosial, ekonomi dan sosial budaya di masyarakat.

Perubahan budaya yang terjadi pada masyarakat perkotaan yang berarti para pedagang memiliki kesempatan untuk mengembangkan usahanya, karena dianggap sejalan dengan *trend* dan budaya masyarakat saat ini. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat setiap hari, setiap pengusaha harus selalu bisa mengoptimalkan sumber daya yang ada dan strategi pemasaran yang efektif dan inovatif untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Untuk bertahan dan berkembang, para pemimpin bisnis harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif dalam hal keragaman produk dan kualitas produk untuk menjamin loyalitas pelanggan dalam menghadapi persaingan.

Persaingan bisnis sekarang mengharuskan para pebisnis memiliki inovasi baru, produk yang unik, dan nama produk yang unik agar pelanggan lebih tertarik dan penasaran terhadap suatu bisnis terutama cafe. Cafe adalah tempat berkumpulnya anak muda, keluarga, sahabat dan pasangan sembari menikmati minuman, makanan, dan *snack* yang telah tersedia di daftar menu. Tak jarang cafe di desain dengan sangat menarik dan nyaman agar tamu merasa rileks dan betah berlama-lama disana.

Cafe Mata Hati baru berdiri pada tahun 2021 yang beralamatkan Jl.Ahmad Dahlan No.34, Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kediri, Jawa Timur. Dengan lokasi tersebut memudahkan konsumen untuk berkunjung dikarenakan dekat dengan kampus dan sekolah-sekolah, sehingga membuat mahasiswa dan siswa dapat mencari lokasi dengan mudah. Pemilik Mata Hati Cafe bernama Deny Susilo. Tak hanya berlokasi di Kediri, beliau juga memiliki cabang di daerah Tulungagung. Mata Hati berlokasi menyediakan beragam produk dengan kualitas produk yang baik.

Menurut Philip Kotler (dalam Ali et al., 2013 : 3), keragaman produk adalah ketersediaan produk yang diproduksi dan ditawarkan oleh produsen untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi oleh semua jenis konsumen. Keragaman produk disebut juga ketersediaan produk yang berada di sebuah cafe terdiri dari ukuran, rasa, dan kualitas yang disediakan. Hal ini disebabkan konsumen memiliki selera yang berbeda-beda terhadap makanan dan minuman yang diinginkan. Oleh karena itu, beragamnya produk menjadi hal yang penting dalam persaingan antar bisnis serupa.

Mata Hati Cafe terkenal dengan produknya yang memiliki berbagai jenis produk yang bervariasi sehingga pelanggan dapat memilih menu sesuai dengan selera masing-masing. Produk yang dijual oleh Mata Hati Cafe meliputi minuman, makanan ringan,

dan makanan berat. Beberapa variasi produk makanan yang disediakan yaitu aneka nasi, *burger*, kebab, roti bakar dan aneka *snack* lainnya. Sedangkan variasi minuman ada aneka teh, *coffee based*, *milk based*, aneka soda dan masih banyak lagi. Rentang harga produk yang dijual mulai dari Rp 10.000 – Rp 20.000.

Selain keragaman produk, terdapat pula faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk yang membedakan dari cafe lainnya. Menurut Tjiptono (dalam jurnal Rohmawati, 2018:20) menyatakan bahwa kualitas produk berkaitan dengan kepuasan pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan semacam itu memungkinkan perusahaan untuk sepenuhnya memahami harapan dan kebutuhan pelanggan.

Kualitas produk bisa dilihat dari *packaging*, konsisten pada rasa, penampilan, dan masih banyak lagi. Bagi produsen kualitas produk menjadi faktor penting terhadap keputusan konsumen untuk kembali membeli produk. Perkembangan bisnis cafe di Kediri membuat persaingan di bidang ini perlu lebih inovasi dan memperhatikan pesaing bisnisnya. Kualitas yang baik harus dipertahankan oleh perusahaan, agar konsumen tetap konsisten pada penilaian kualitas setiap perusahaan.

Packaging yang digunakan pada Mata Hati Cafe adalah cup minuman dan *box* makanan. Sedangkan rasa makanan terkadang tidak konsisten, seperti ayam lebih mendominasi pada balutan tepung yang sangat banyak sehingga tekstur agak keras. Pada menu „hati yang tersembunyi“ (ayam *fillet* dengan saus *toppokki*) tersebut awalnya menggunakan balutan saus, namun pada pembelian kedua menggunakan bubuk cabai.

Di sebuah cafe yang sudah memiliki beragam jenis produk pilihan dan kualitas produk yang memadai secara langsung tujuan akhirnya agar pelanggan loyal terhadap produk yang telah disediakan dan berkeinginan melakukan pembelian secara berulang dengan konsisten. Oleh karena itu, untuk menjaga loyalitas pelanggan Mata Hati Cafe berusaha tetap memenuhi kebutuhan konsumen untuk mempertahankan pelanggannya.

Menurut Philip Kotler & Keller (dalam Rahma et al., n.d., 2022 : 1215), Loyalitas konsumen adalah tingkat kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek tertentu, loyalitas ini dinyatakan dalam pembelian berulang dan perilaku positif lainnya seperti dari mulut ke mulut dan mudah dipisahkan dari tekanan pemasaran merek pesaing lainnya. Dari pengertian diatas berarti loyalitas pelanggan adalah komitmen konsumen terhadap produk yang dipilih untuk bertahan berlangganan atau kembali melakukan pembelian ulang secara konsisten.

Mata Hati Cafe memiliki produk yang bervariasi agar dapat menarik perhatian konsumen untuk berlangganan. Hal tersebut terbukti dari banyaknya pelanggan tetap cafe, seperti anggota-anggota grup sepeda motor sering dijumpai ketika sedang berkumpul. Anggota-anggota kerap sekali mendatangi cafe ketika sedang menghabiskan waktu dikarenakan jasa parkir motor yang luas dibanding dengan cafe lain, serta beragam produk yang disediakan menjadi pelengkap ketika sedang berkumpul.

Untuk lebih memudahkan konsumen mengonsumsi produk dari Mata Hati Cafe, telah disediakan pemesanan melalui *online* bagi konsumen yang malas keluar rumah atau sedang sibuk namun ingin mengonsumsi produk dari Mata Hati. Pemesanan online bisa melalui *grabfood*, *gofood*, dan *shopeefood*. Hal-hal tersebut dapat memicu munculnya loyalitas dari pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan peneliti tertarik melakukan penelitian di Mata Hati Cafe Kediri. Peneliti mengajukan usulan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri**”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Keragaman Produk

Tidak semua orang memiliki selera yang sama, untuk menarik pelanggan cafe ini harus menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman agar dapat dinikmati oleh semua orang dan kalangan. Jika pilihan makanan dan minuman lebih bervariasi, maka memudahkan pelanggan untuk memilih produk yang sesuai dengan selera mereka.

Menurut Kotler (dalam Natalia Mumu et al., 2021:953) keragaman produk adalah ketersediaan produk yang ditawarkan oleh produsen untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi oleh semua jenis konsumen. Sedangkan, menurut Engels (dalam Camelia & Suryoko, 2017:4) variasi produk adalah kelengkapan produk yang mengacu kedalaman, keluasan, dan kualitas produk yang ditawarkan serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Berdasarkan pengertian diatas disimpulkan, bahwa keragaman produk dengan berbagai jenis pilihan menjadikan tolak ukur pelanggan agar kembali ke toko tersebut dengan mencoba berbagai produk lainnya.

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Goetsch Davis (dalam jurnal Ali, Waluyo dan Listyorini, 2013:3) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Suatu produk yang ditawarkan oleh pengusaha akan berbeda dan tentu memiliki ciri khas rasa, *packaging*, keunikan, dan keunggulan masing-masing untuk mencapai target pasar. Kotler & Keller (dalam Chaniago & Khare, 2020:62) menyatakan kualitas adalah totalitas perangkat dan karakteristik produk yang bergantung pada kekuatannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen baik lisan maupun tulisan.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Junianto et al., 2016:111) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan baik produk serta atribut bernilai lain. Menurut Tjiptono (dalam jurnal Rohmawati, 2018:20) menyatakan bahwa kualitas produk berkaitan dengan kepuasan pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan semacam itu memungkinkan perusahaan untuk sepenuhnya memahami harapan dan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan definisi diatas diartikan bahwa dengan memberikan kualitas produk yang ditawarkan penjual ke pasar untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, jadi dengan kualitas produk yang baik pelanggan akan merasa lebih dihargai dan akan mengulang membeli kembali.

Pengertian Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler (dalam jurnal Sembiring, 2014:4), Loyalitas adalah komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau mendukung produk atau jasa yang disukai di masa depan, terlepas dari pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih.

Oliver dalam Hurriyati (dalam jurnal Basith et al., 2014:3) menjelaskan pengertian loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk terus memesan atau membeli kembali produk atau layanan yang dipilih secara konsisten di masa depan, bahkan ketika pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah sebuah komitmen konsumen dan bertahan melakukan pembelian secara berkala terhadap produk atau jasa dengan sikap konsisten membeli ditempat yang sama di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2016:7) metode kuantitatif disebut sebagai metode tradisional, karena metode ini telah digunakan cukup lama sehingga menjadi tradisi sebagai metode positivis karena didasarkan pada filosofi positivisme. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angkaangka dan statistik digunakan dalam analisisnya. Pelanggan Mata Hati Cafe adalah sebagai populasi pada penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling Purposive* dengan pengambilan sampel selama tiga bulan, pada bulan Oktober, November dan Desember 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Kualitas Data

- Uji Validitas

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Angket

No	Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	Sig	Kesimpulan
1.	X1.1	0.586	0.000	Valid
2.	X1.2	0.498	0.000	Valid
3.	X1.3	0.656	0.000	Valid
4.	X1.4	0.743	0.000	Valid
5.	X1.5	0.678	0.000	Valid
6.	X1.6	0.685	0.000	Valid
7.	X1.7	0.604	0.000	Valid
8.	X1.8	0.618	0.000	Valid

No	Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	Sig	Kesimpulan
1.	X2.1	0.626	0.000	Valid
2.	X2.2	0.661	0.000	Valid
3.	X2.3	0.765	0.000	Valid
4.	X2.4	0.727	0.000	Valid
5.	X2.5	0.748	0.000	Valid

6.	X2.6	0.781	0.000	Valid
7.	X2.7	0.746	0.000	Valid
8.	X2.8	0.755	0.000	Valid

No	Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	Sig	Kesimpulan
1.	Y.1	0.507	0.000	Valid
2.	Y.2	0.647	0.000	Valid
3.	Y.3	0.775	0.000	Valid
4.	Y.4	0.805	0.000	Valid
5.	Y.5	0.743	0.000	Valid
6.	Y.6	0.666	0.000	Valid

Sumber: SPSS 25 (Data diolah 2023)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa koefisien korelasi terendah adalah 0,498. Angka ini sesuai dengan kriteria yang telah dijelaskan oleh Ghozali. Suatu instrumen dianggap valid jika koefisien korelasinya $< 0,5$ maka butir instrumen dinyatakan valid.

- Uji Reliabilitas

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Angket

Variabel	Nilai	Kesimpulan
X1	0,755	Reliabel
X2	0,777	Reliabel
Y	0,774	Reliabel

Sumber: SPSS 25 (Data diolah 2023)

Pada penelitian diatas hasil dari uji berulang untuk masingmasing variabel menunjukkan angka terendah yaitu $0,755 > 0,60$, yang berarti hasil uji reliabilitas memenuhi kriteria. Setelah kuesioner ditentukan memenuhi uji validitas dan reliabilitas, maka kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp.sig</i>	Probabilitas	Keterangan
0,200 ^{c.d}	0,05	Normal

Sumber: SPSS (Data diolah 2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai sig $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

- Uji Linieritas

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig.	Keterangan
Keragaman Produk	0,196	Linier
Kualitas Produk	0,410	Linier

Sumber: SPSS 25 (Data diolah 2023)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa jika Sig setiap Sig. *Deviation From Linearity* > 0,05 data adalah linier. Artinya semua variabel bebas (X) mempunyai pengaruh linier terhadap variabel terikat (Y). Nilai Sig. *Deviation From Linearity* 0,198 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Keragaman Produk yang bervariasi mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Sedangkan Kualitas produk Nilai Sig. *Deviation From Linearity* 0,410 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan.

- Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Keragaman Produk	0,369	2,712	Tidak ada gejala multikolinieritas
Kualitas Produk	0,369	2,712	Tidak ada gejala multikolinieritas

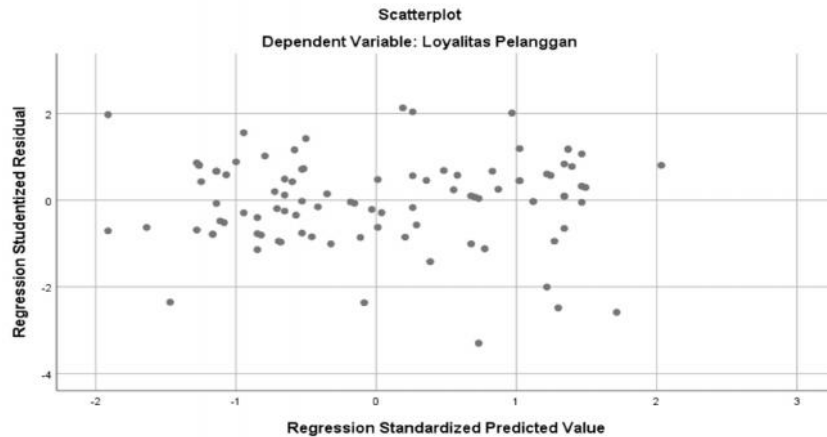
Sumber: SPSS 25 (Data diolah 2023)

Dari tabel tersebut terlihat nilai *tolerance* Keragaman Produk (X1) sebesar 0,369 dan nilai VIF sebesar 2.712, nilai *tolerance* Kualitas Produk (X2) sebesar 0,369 dan nilai VIF sebesar 2.712. Kemudian jika membandingkan setiap variabel satu, maka dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Nilai Keragaman Produk (X1) *tolerance* sebesar 0,369 > 0,100 dan nilai VIF sebesar 2,712 < 10,00.
- b. Nilai Kualitas Produk (X2) *tolerance* sebesar 0,369 > 0,100 dan nilai VIF sebesar 2,712 < 10,00.

Pada penelitian ini didapatkan hasil uji variabel bebas memenuhi kriteria dan tidak terdeteksi adanya gejala multikolinearitas untuk dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

- Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.871	1.943		.448	.655
	Keragaman Produk	.379	.102	.416	3.711	.000
	Kualitas Produk	.296	.089	.374	3.332	.001
R = 0,748 ^a R Square = 0,560 Adjusted R Square = 0,550 F = 60,378 Sig F = 0,000 ^b Std Error of the estimate = 2,730						

Sumber: SPSS (Data diolah 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disusun model persamaan atau regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,871 + 0,379 X_1 + 0,296 X_2$$

Dari persamaan regresi di atas, dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Konstantanya adalah 0,871, berarti jika tidak ada hubungan dari Keragaman Produk (X1), Kualitas Produk (X2) maka Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,871.

- b. Koefisien Regresi Keragaman Produk (X1) sebesar 0,379 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Keragaman Produk (X1), akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,379 satuan, dengan asumsi variabel X yang lain tidak berubah.
- c. Koefisien Regresi Kualitas Produk (X2) sebesar 0,296 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Kualitas Produk (X2), akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,296 satuan, dengan asumsi variabel X yang lain tidak berubah.

Uji Hipotesis

- **Uji Parsial (t)**

Untuk melakukan pengujian uji t, peneliti memakai program SPSS 25.0 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $\text{sig } t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Keragaman Menu dan Kualitas produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri.
- b. Jika $\text{sig } t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara Keragaman Menu dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri.

Berdasarkan penghitungan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Ada pengaruh yang signifikan antara Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan jika nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesis yang pertama atau variabel Keragaman Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian hipotesis pertama, "Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri."
- b. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,001.

Sesuai dengan jika nilai $sig. < 0,05$ maka artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,001 < 0,05$ maka dapat dikatakan pada hipotesis yang kedua atau variabel X2 yaitu Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian hipotesis kedua, "Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri."

- **Uji F**

Menurut Ghozali (2018:98) menyatakan bahwa uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas (Keragaman Menu dan Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) dengan kriteria uji sebagai berikut:

- a. Jika $sig F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa semua koefisien regresi secara simultan berpengaruh signifikan.
- b. Jika $sig F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa semua koefisien regresi secara simultan tidak berpengaruh signifikan.

Dapat diketahui jika nilai $sig. < 0,05$ maka variabel X mempengaruhi Y. Sehingga dapat diketahui bahwa $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan dari perbandingan pada uji signifikansi dapat dinyatakan hipotesis diterima. Jadi variabel Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil dari penelitian ini menyatakan, "Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri."

- **Koefisien Determinasi**

Dari hasil pengujian diperoleh nilai *R-squared* sebesar 0,560 atau jika dikonversikan ke dalam persentase menjadi 56%. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri sebesar 56%, selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya membahas tentang harga, lokasi, promosi dan lain sebagainya.

Pembahasan

Berdasarkan penelitian terhadap 98 responden yang memberikan informasi tentang pengaruh Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri, ditentukan persamaan regresi linier berganda dimana Keragaman Produk dan Kualitas Produk meningkat, sehingga Loyalitas Pelanggan juga meningkat. Untuk lebih jelasnya, penjelasan masing-masing variabel secara parsial dan simultan dijelaskan sebagai berikut:

- **Pengaruh Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa Keragaman Produk memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Termasuk jika nilai karakter $< 0,05$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,000 < 0,05$. Sesuai dengan nilai sig $< 0,05$ artinya variabel tersebut berpengaruh signifikan secara parsial.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis pertama, Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri, karena kebanyakan konsumen sudah memiliki ide untuk membeli menu yang mereka inginkan. Mulai dari makanan berat, makanan ringan, minuman, bahkan sekarang sudah mengeluarkan produk baru yaitu es krim. Jadi, bagi pengunjung yang membawa anak kecil tidak perlu khawatir karena telah disediakan menu bagi penyuka es krim.

Hal ini berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh (Sumiyati & Nugroho, 2021) bahwa Keragaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung variabel keragaman produk sebesar $0,890 < t$ tabel $2,021$ dan nilai sig $0,378 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara keragaman produk terhadap loyalitas konsumen Café Combi. 3. Sedangkan selama penelitian saya memperoleh hasil berpengaruh signifikan secara parsial karena $< 0,05$.

- **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hipotesis lain menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001. Termasuk jika nilai karakter $< 0,05$ artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, $0,000 < 0,05$ dapat dikatakan

bahwa pada hipotesis kedua yaitu variabel X2 yaitu Kualitas Produk berpengaruh signifikan Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis kedua, Mata Hati Cafe Kediri memiliki pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. Karena Mata Hati Cafe memiliki sistem member, member berlaku selama pembelian minuman dan poin akan masuk pada member yang tercantum. Poin bisa ditukar dengan menu tertentu yang telah disediakan oleh Mata Hati Cafe.

Dari hasil penelitian yang diteliti oleh (Rahma et al., 2022) bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung variabel kualitas produk dan didukung $> t$ tabel sebesar 9,582, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Peacockoffie Gombel.

Kualitas produk Peacockoffie Gombel berada pada kategori cukup baik, karena masih banyak hal yang belum sesuai dengan harapan konsumen, terutama mengenai variasi menu yang dinilai kurang beragam, dan aspek, yang dianggap sedang. ketika Anda menyajikan minuman dan makanan dan dinilai seperti kafe lainnya. Namun ada juga konsumen yang merasa baik dari segi rasa, tekstur rasa, *service ability*, aroma dan rasa yang khas.

- **Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Keragaman Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan dari perbandingan uji signifikansi bahwa hipotesis diterima. Keragaman Produk dan Kualitas Produk juga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis ketiga, Keragaman Produk dan Kualitas Produk berpengaruh Loyalitas Pelanggan pada Mata Hati Cafe Kediri. Karena faktor pelanggan dalam Loyalitas Pelanggan adalah Keragaman Produk dan Kualitas Produk. Dengan adanya ragam produk dan kualitas produk yang disediakan dengan baik, maka pelanggan tidak ragu untuk melakukan kunjungan kembali ke Mata Hati Cafe Kediri.

Dari hasil penelitian yang diteliti oleh (Rohmawati, 2018) bahwa Kualitas Produk dan Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung variabel kualitas produk dan keragaman produk, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan Lily Bakery Lamongan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan secara parsial antara Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mata Hati Cafe Kediri. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan jika nilai sig. < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, 0,000 < 0,05, maka H_a diterima.
2. Ada pengaruh signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mata Hati Cafe Kediri. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,001. Sesuai dengan jika nilai sig. < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, 0,001 < 0,05, maka H_a diterima.
3. Ada pengaruh signifikan secara simultan antara Keragaman Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mata Hati Cafe Kediri. Sesuai dengan penghitungan tersebut dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000. Sesuai dengan jika nilai sig. < 0,05 maka artinya variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, 0,000 < 0,05, maka H_a diterima.

Saran

Berdasarkan wawasan, pembahasan dan kesimpulan dari penelitian ini, beberapa saran dapat dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik untuk penelitian selanjutnya dan lebih memperbaiki masalah yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri yaitu.

1. Mengenai pada keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, hal yang perlu ditingkatkan adalah kelengkapan dan ragam produk untuk meningkatkan minat pembelian konsumen di Mata Hati Cafe Kediri. Selain itu, Mata Hati Cafe harus menjaga ketersediaan stok produk yang ada.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan analisis tersebut, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan kualitas produk agar pelanggan tidak kecewa dan merasa puas dengan cara menetapkan porsi, menggunakan bahan yang *fresh* dan premium, tidak memakai pengawet atau bahan berbahaya lainnya, dan masih banyak lagi. karena kualitas produk sangat berpengaruh terhadap konsumen dalam mempertimbangkan melakukan pembelian di Mata Hati Cafe.
3. Bagi perusahaan Mata Hati Cafe, diharapkan dapat mempertahankan dan lebih memperhatikan segala hal yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan terutama di pada Keragaman Produk dan Kualitas Produk yang ada pada Mata Hati Cafe cabang Kediri.
4. Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Mata Hati Cafe Kediri. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya agar lebih dapat meneliti pada variabel lain untuk melihat apakah ada variabel lain yang mempengaruhi variabel Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, I., Azhad, M. N., & Santoso, B. (2019). Product Diversity, Atmosfer Kafe Dan Harga Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Kopi Cak Wang Banyuwangi. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(1), 63.
<https://doi.org/10.32528/ipteks.v4i1.2110>
- Ali, M., Waluyo, H., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 2(2), 106427.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/2483>
- Ariningtyas, E., & Rachmawati K, I. A. K. (2020). Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wedangan Jimboeng. *EXCELLENT*, 7(1), 115–123.
<https://doi.org/10.36587/exc.v7i1.670>
- Basith, A., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Deâpans Pancake and Waffle di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 11(1), 1–8.
- Camelia, S. B., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Restoran D'Cost Seafood Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political*, 6(3), 426–432.
- Chaniago, H., & Khare. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at <https://ijabo.a3i.or.id> Analisis Kualitas Pelayanan. 1(February), 59–69.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. UNDIP.
- Junianto, A., Wahono, B., & Rahman, F. (2016). Pengaruh keragaman produk, promosi dan kualitas produk terhadap pembelian ulang pada mie instan indomie (Studi Pada Mahasiswa Kos Kelurahan Madurejo, Kecamatan Arut Selatan, Kalimantan Tengah). 82–94. <http://eprints.ums.ac.id/29614/>
- Kotler, P. dan K. L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (13 ed.). Erlangga. 80-81
- Kusumasasti, I., & Hadiwidjojo, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop. *EKOBIS (Ekonomi Bisnis)*, 22(2), 123–129.
- Mubayyanah, Kunaifi, A., Rahman, F., & Rosyid, A. (2019). Ragam Menu, Harga, Dan Lokasi: Pengaruhnya Terhadap Pelanggan Restoran. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 55–80.
<https://www.ejournal.idia.ac.id/index.php/masyrif/article/view/220>
- Natalia Mumu, D., J.F.A Tumbuan, W., & G. Poluan, J. (2021). Pengaruh Keberagaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset*

- Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 09(03), 951–959.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35134>
- Rahma, S. A., Hermani, A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). KONSUMEN (Studi Kasus Peacockoffie Gombel Semarang) Pendahuluan Seperti diketahui berssama , salah satu bidang bisnis yang tidak mati dan selalu mengalami oleh para pemilik usaha , salah satunya kedai kopi . Kedai kopi atau biasa kita kenal sebagai pasa. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, X(3), 1213–1220.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/31770>
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19.
<https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.418>
- Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Biskuit Oreo Di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–9. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22567>
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Mcdonalds Mt.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=265042&val=6468&title=PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN Studi pada Pelanggan McDonalds MTHaryono Malang](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=265042&val=6468&title=PENGARUH%20KUALITAS%20PRODUK%20DAN%20KUALITAS%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20PELANGGAN%20DALAM%20MEMBENTUK%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20Studi%20pada%20Pelanggan%20McDonalds%20MTHaryono%20Malang)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sumiyati, S., & Nugroho, R. (2021). Pengaruh Atmosphere, Keragaman Produk dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Café Combi di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8(1).
<https://doi.org/10.29406/jpr.v8i1.2100>
- Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenpemasaran/article/view/1404>
- Winarno, S. H., Givan, B., & Yudhistira. (2018). Faktor-Faktor Penentu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Ooredoo. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 1 No 2, Juni 2018 E-ISSN: 2599-3410 | P-ISSN: 4321-1234*, 1(2), 1–7.
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>