



Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember

Factors Affecting Customer Loyalty at Gudeg Lumintu Restaurant in Jember Regency

Candra Herdiana Indah Tiara Ayuni^{1*}, Ratih Puspitorini Yekti Ambarkahi¹,
Ariesia Ayuning Gemaputri¹, Ardhitya Alam Wiguna¹

¹ Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

* candraherdiana3189@gmail.com

SUBMITTED : JUL 01, 2021

ACCEPTED : SEP 01, 2021

PUBLISHED : DEC 30, 2021

ABSTRAK

Pada kondisi saat ini persaingan dalam bisnis rumah makan di Kabupaten Jember sangat ketat. Salah satunya rumah makan gudeg lumintu di kabupaten jember. Dalam menghadapi persaingan tersebut perusahaan harus memiliki strategi untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggannya melalui citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember secara serempak maupun parsial, (2) variabel yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Gudeg Lumintu. Data diambil secara langsung dari responden dengan metode survey melalui kuisioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil analisis data menggunakan software SPSS 23 menunjukkan bahwa (1) secara serempak, variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), (2) secara parsial, variabel citra merek (X1) dan variabel kualitas produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), sedangkan variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), (3) variabel yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah kualitas produk (X2).

Kata kunci — citra merek, kualitas produk, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

In the current condition, competition in the restaurant business in Jember Regency is very tight. One of them is the Gudeg Lumintu restaurant in Jember Regency. In facing this competition, the company must have a strategy to gain loyalty from its customers through brand image, product quality and good service quality. This study aims to analyze (1) the effect of brand image, product quality and service quality on customer loyalty at Gudeg Lumintu Restaurant in Jember Regency simultaneously or partially, (2) variables that have a dominant influence on customer loyalty at Gudeg Lumintu Restaurant. The data is taken directly from the respondents using a survey method through a questionnaire. The sampling technique used is incidental sampling with a sample of 40 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, F test and t test. The results of data analysis using SPSS 23 software show that (1) simultaneously, brand image variables (X1), product quality (X2) and service quality (X3) have a significant effect on customer loyalty (Y), (2) partially, image variables brand (X1) and product quality variable (X2) have a significant effect on customer loyalty (Y), while the service quality variable (X3) has no significant effect on customer loyalty (Y), (3) the variable that has a dominant influence on customer loyalty (Y) is product quality (X2).

Keywords — brand image, product quality, service quality, customer loyalty

 OPEN ACCESS

© 2023. Candra H. I. T. Ayuni, Ratih P. Y. Ambarkahi, Ariesia A. Gemaputri, Ardhitya A. Wiguna



Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Dewasa ini dunia bisnis terus mengalami kemajuan meskipun berada dalam kondisi perekonomian yang cenderung tidak stabil. Pada kondisi ini pelaku usaha dituntut untuk selalu berkompetisi dengan pelaku usaha lain pada industri sejenis, agar dapat bertahan dengan produk yang mereka tawarkan.

Data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur menunjukkan jumlah rumah makan atau restoran di Kabupaten Jember pada tahun 2014-2018 mengalami penurunan dengan jumlah awal sebanyak 56 rumah makan atau restoran menjadi 33 rumah makan atau restoran [1]. Hal ini dapat diartikan bahwa persaingan dalam bisnis rumah makan di Kabupaten Jember saat ini sangat ketat. Para pelaku usaha dapat melakukan berbagai upaya guna meraih pangsa pasar terbesar dan mendapatkan loyalitas dari konsumen. Salah satunya dengan membentuk identitas produk yang kuat melalui persaingan merek, mengingat pada saat ini persaingan tidak hanya terbatas pada atribut fungsional produk, melainkan dikaitkan dengan merek yang mampu memberikan citra khusus bagi pemakainya.

Rumah Makan Gudeg Lumintu merupakan sebuah rumah makan yang menyajikan makanan gudeg yang berdiri sejak tahun 1980. Di Kabupaten Jember sendiri banyak berdiri rumah makan yang menyajikan masakan sejenis dengan harga yang hampir sama atau bahkan lebih murah diantaranya yaitu Gudeg Jogja Asli Margo Eco, Omah Gudeg, Gudeg Miroso dan Nasi Gudeg Bu Mamik. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya dengan memberikan citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini membahas tentang “Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Gudeg Lumintu”.

2. Metodologi

2.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif untuk menganalisis pengaruh citra

merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan gudeg lumintu di kabupaten jember.

2.2. Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di rumah makan gudeg lumintu, tepatnya di jalan kertanegara no 33 Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja atas dasar pertimbangan bahwa tempat penelitian tersebut mudah untuk dijangkau dan sudah memiliki banyak pelanggan. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini 6 bulan.

2.3. Prosedur Pengumpulan Data

Tahapan pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengumpulan data dilapangan
- b. Pengumpulan data primer
- c. Pengumpulan data sekunder

2.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling insidental. Teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data [2].

2.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

2.5.1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid nantinya adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian [2].

2.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa



sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik [3].

2.6. Metode Analisis Data

2.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen [3].

2.6.2. Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol (0) dan satu. Nilai R2 yang kecil mengandung pengertian bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen [4].

2.6.3. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F ini dapat disebut juga sebagai korelasi berganda, yang dimana korelasi berganda adalah angka yang dapat menunjukkan arah dan kuatnya antara dua variabel bebas atau dapat lebih secara bersama-sama [3].

2.6.4. Uji t

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara individual (parsial) [3].

3. Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Karakteristik Data Responden

Penelitian ini menunjukkan bahwa dari 40 responden yang dijadikan sampel, sebagian besar berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 24 orang atau 60 %, sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 16 orang atau 40%. Pelanggan yang memiliki rentang usia 17-22 tahun yaitu 3 laki-laki dan 6 perempuan. Pada rentang usia 23-28 tahun yaitu 6 laki-laki dan 8 perempuan. Pada rentang usia 29-34 tahun yaitu 2 perempuan. Pada rentang usia 35-40 tahun yaitu 1 laki-laki dan 5 perempuan. Pada rentang usia 41-46 tahun yaitu 2 laki-laki dan 1 perempuan. Pada rentang usia 47-52 tahun yaitu 3 laki-laki dan 2 perempuan. Pada rentang usia 53-58 tahun yaitu 1 laki-laki.

3.1.2. Hasil Uji Validitas

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa semua pernyataan yang ada dalam instrumen penelitian memiliki nilai r di atas 0,3, sehingga dapat dinyatakan bahwa item pernyataan kuisioner pada penelitian ini bersifat valid dan layak untuk digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r korelasi	Keterangan
Citra Merek(X1)	X1.1	0,789	0,30	Valid
	X1.2	0,872		Valid
	X1.3	0,727		Valid
Kualitas Produk(X2)	X2.1	0,929		Valid
	X2.2	0,840		Valid
	X2.3	0,590		Valid
Kualitas Pelayanan(X3)	X3.1	0,897		Valid
	X3.2	0,856		Valid



	X3.3	0,912	Valid
	X3.4	0,808	Valid
	Y.1	0,890	Valid
Loyalitas Pelanggan(Y)	Y.2	0,864	Valid
	Y.3	0,525	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

3.1.3. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha (α) sebesar 0,798 lebih besar dari nilai kritis reliabilitas yaitu sebesar 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner yang digunakan bersifat reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	13

Sumber : Data Primer diolah (2022)

3.1.4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier yang dilakukan kepada 40 responden atau pelanggan Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember dapat menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,765 + 0,454X_1 + 0,484X_2 + 0,073X_3 + e$$

a. Nilai Konstanta sebesar -0,765

Nilai konstanta bernilai negatif sebesar -0,765 menunjukkan bahwa apabila variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) bernilai 0 maka loyalitas pelanggan (Y) menurun sebesar 0,765.

b. Nilai Koefisien Citra Merek sebesar 0,454

Nilai koefisien citra merek (X1) bernilai positif sebesar 0,454 menunjukkan bahwa setiap

adanya peningkatan satu satuan dari citra merek maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan Rumah Makan Gudeg Lumintu sebesar 0,454.

c. Nilai Koefisien Kualitas Produk sebesar 0,484

Nilai koefisien kualitas produk (X2) bernilai positif sebesar 0,484 menunjukkan bahwa setiap adanya peningkatan satu satuan dari kualitas produk maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan Rumah Makan Gudeg Lumintu sebesar 0,484

Nilai Koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,073 Nilai koefisien kualitas pelayanan (X3) bernilai positif sebesar 0,073 menunjukkan bahwa setiap adanya peningkatan satu satuan dari kualitas pelayanan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan Rumah Makan Gudeg Lumintu sebesar 0,073.

3.1.5. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut hasil analisis koefisien determinasi.

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,406. Hal ini berarti bahwa 0,406 atau 40,6% dari perubahan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan

(Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel independen yang terdiri dari citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3), sedangkan sisanya 59,4% (100% - 40,6%) disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai korelasi dari variabel independen (X) yaitu 0,672 berada pada kisaran 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan "Kuat".



Tabel 3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 a	.452	.406	1.29079

Sumber : : Data Primer diolah (2022)

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek

3.1.6. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y) secara bersama-sama. Uji F dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai F pada taraf signifikan (α) yang digunakan adalah 5% atau 0,05. Apabila nilai $F <$ taraf signifikansi maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel

dependen, sebaliknya apabila nilai $F >$ taraf signifikan maka variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini menunjukkan angka dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$), Maka dapat dikatakan secara keseluruhan variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara bersama-sama (serempak) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember.

Tabel 4. Hasil Uji F

Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	49.394	3	16.465	9.882	.000 ^b
Residual	59.981	36	1.666		
Total	109.375	39			

Sumber : : Data Primer Diolah (2022)

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek

3.1.7. Uji t

Uji t digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu (parsial). Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu citra merek (X1), kualitas

produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y) secara individu (parsial) dengan membandingkan nilai signifikan t dengan taraf signifikan 5% (0,05). Hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Consta	-.765	2.520		-.304	.763
Citra Merek	.454	.166	.354	2.729	.010
Kualitas Produk	.484	.142	.442	3.409	.002
Kualitas Pelayanan	.073	.064	.142	1.142	.261

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Variabel citra merek (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,010 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,010 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y)
- Variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,002 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai signifikan sebesar 0,261 lebih besar dari taraf signifikan 0,05 ($0,261 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y)

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember sebagai berikut :

3.2.1. Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen Secara Serempak

Berdasarkan hasil analisis pada regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien yang

bernilai positif dengan memberikan pengertian hubungan yang selaras antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil analisis uji F pada tabel 4 menunjukkan nilai sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember.

3.2.2. Pengaruh Variabel Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian variabel citra merek (X1) diperoleh nilai signifikansi uji t yaitu ($0,010 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember. Hal ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kreatifitas Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Geprek Kak Rose pada Kader PMII Rayon Alfarabi Komisariat Universitas Islam Malang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan sebesar $0,007 < 0,05$ [5].

3.2.3. Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian variabel kualitas produk (X2) diperoleh nilai signifikansi uji t yaitu ($0,002 > 0,05$). Maka dapat



disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember. Hal ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Tampilan Fisik, dan Mutu Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Ayam Kuning Lalapan Jogja”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar $0,013 < 0,05$ [6].

3.2.4. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai signifikansi uji t yaitu ($0,261 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember. Hal ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta Kota Malang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan [7].

3.2.5. Variabel Yang Berpengaruh Dominan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan yaitu variabel kualitas produk (X2) dengan nilai signifikansi uji t sebesar $0,002 <$ taraf signifikan $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember.

Rumah Makan Gudeg Lumintu yang sudah berdiri selama 42 tahun dan masih eksis hingga sekarang dapat dikatakan produknya benar-benar sesuai dan diterima oleh pelanggan. Produknya yang memiliki ciri rasa yang khas yang berbeda dengan yang lainnya menjadi faktor yang

berpengaruh dominan terhadap loyalitas para pelanggannya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan pengujian secara serempak (uji F) variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara bersama-sama (serempak) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember.
- Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) variabel citra merek (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember. Sedangkan variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember.
- Berdasarkan analisis data yang dilakukan bahwa variabel yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember yaitu variabel kualitas produk (X2).

5. Daftar Pustaka

- [1] BPS Provinsi Jawa Timur, “Jumlah Rumah Makan/Restoran di Provinsi Jawa Timur,” in *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur*, Surabaya: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur, 2020.
- [2] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 21st ed. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [3] N. Asnawi and Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Malang Press, 2009.
- [4] M. Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, 4th ed. Jakarta: Erlangga, 2013.
- [5] A. A. Setiawan, N. Rachma, and A. R. Slamet, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kreatifitas Promosi Dan Citra Merek,” *e-JRM Elektron. J. Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 21, pp. 82–94, 2019.
- [6] H. H. M. Dien, S. G. Oroh, and D. Soepeno, “Pengaruh Kualitas Produk, Tampilan Fisik, Dan Mutu Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Ayam Kuning Lalapan Jogja,” *J. Berk. Ilm. Efisiensi*, vol. 16, no. 2, pp. 483–494, 2016.



- [7] D. A. Puspitasari, S. Nuringwahyu, and D. Zunaida, "Pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan," *J. Univ. Islam Malang*, vol. 7, no. 3, pp. 29–37, 2018

