

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Letak Geografis Perusahaan

Batik Rajasamas Jaya Maos terletak di jalan Penatusan timur no 261 Rt. 09 Rw. 01 Maos Kidul Kecamatan Maos, Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. Tempat ini merupakan tempat yang strategis karena mudah dijangkau oleh kendaraan. Adapun batas-batas wilayah Batik Rajasamas Jaya Maos adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Desa Maos Lor

Sebelah Selatan : Desa Kalijaran

Sebelah Timur : Desa Klapahadah

Sebelah Barat : di batasi oleh Kali Serayu

b. Sejarah Perusahaan

Batik Maos sudah ada sejak abad 18 yang dibawa oleh bangsawan Kraton Surakarta yang melakukan perjalanan sampai daerah Maos. Batik Maos pernah mengalami masa jaya dan terkenal sekitar tahun 1960-1980 dimana kain batik tulis khas Maos bisa dihargai oleh 1 gram emas tua namun berangsur-angsur hilang karena kalah bersaing dengan batik dari Pekalongan, Jogja, dan Solo yang batiknya diproses, menggunakan mesin dan semi-mesin menghasilkan batik cap dan batik printing. Pada tahun 2007

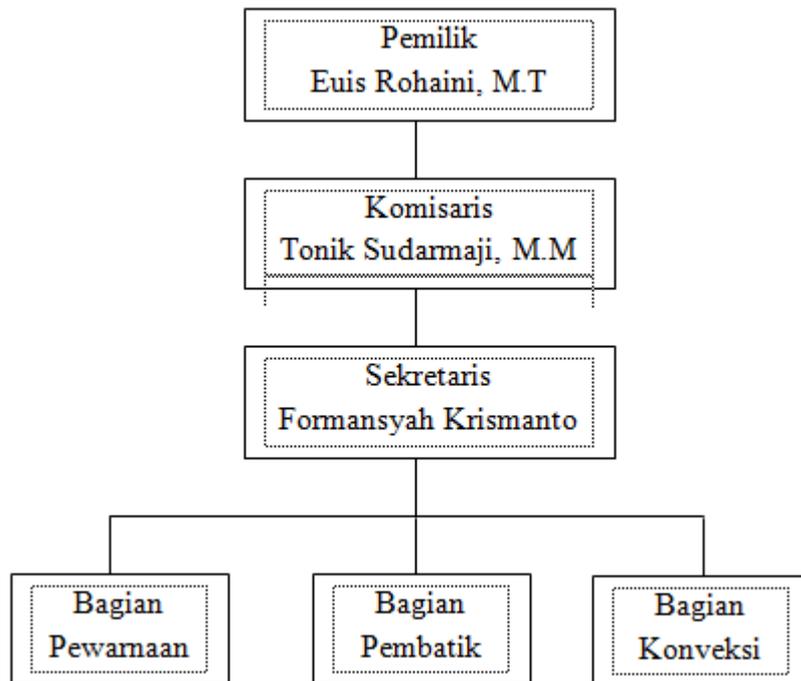
dibangkitkan lagi oleh ibu Euis Rohaini dan Tonik Sudarmaji yang mendirikan UMKM Rajasamas dan sudah menjangkau pasar luar negeri yaitu ke Inggris dan Korea Selatan.

Pada tahun 2016 ketika Kementerian Perdagangan membuat program DDS, Rajasama terpilih berkerjasama dengan desainer bernama Mufti Allem untuk menghasilkan produk baru, yang kini sudah memiliki pasar diluar negeri dan telah diekspor sejak tahun 2016 sampai sekarang ke beberapa negara seperti Abu-dhabi, Peru, China dan pasar Eropa.

Rajasamas adalah nama yang diberikan pada Batik Rajasamas jaya Moas yang diambil dari nama anak pemilik yaitu Muhammad Latif Daulat Rajasa, sedangkan kata “Mas” bertujuan agar perusahaan tersebut dapat berkilau dan bertahan lama.

Batik Rajasamas Jaya Maos berawal dari pemikiran suatu bangsa yang maju adalah yang mau mempertahankan budaya yang ada karena hal itu merupakan potensi yang bagus dari beberapa kelompok individu di Maos yang belum mengembangkan batik tulis tradisional, dengan adanya itu batik Rajasamas Jaya Maos hadir sebagai organisasi atau wadah kegiatan yang dilakukan oleh Ibu Euis Rohaini dan Bapak Tonik Sudarmadji mengajar ibu-ibu untuk mendapatkan suatu hasil yang bermanfaat bagi orang lain dan hasil tersebut bertujuan mempunyai nilai yang ekonomis.

c. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi

a. Visi dan Misi Perusahaan

1) Visi

Menjadi perusahaan UMKM yang unggul diproduk Batik tulis.

2) Misi

a) Perdayaan Masyarakat sekitar, agar memiliki pendapatan.

b) Melestarikan dan membududayakan motif batik tulis khas.

c) Menjadi wadah untuk studi pengembangan batik klasik.

d) Mengangkat budaya Batik kepasar nasional dan internasional.

b. Sarana dan Prasarana Perusahaan

Tabel 4. 1 Sarana dan Prasarana perusahaan

No	Sarana dan prasarana	Banyak (unit)	Keadaan	keterangan
1.	Gedung membatik	5	Baik	Rumah pribadi dan rumah pembatik
2.	Kantor	2	Baik	Rumah Pribadi
3.	Galeri Batik	2	Baik	Milik Pribadi
4.	Kendaraan	5	Baik	Motor dan mobil
5.	Mesin jahit	20	Baik	Milik pribadi dan bantuan pemerintah
6.	Peralatan membatik	15	Baik	Canting, malam, kain mori,
7.	Peralatan pewarnaan	6	Batik	Meja, ember, pengering
8.	Komputer	2	Baik	Milik pribadi

B. Analisis Data

1. Penggolongan Responden

Tabel 4. 2 Penggolongan responden menurut jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	38	45%
Perempuan	47	55%
Jumlah	85	100%

Dari tabel diatas terlihat bahwa sebagian besar responden adalah Perempuan yaitu sejumlah 47 orang atau sebesar 55 persen dan Laki-laki sejumlah 38 orang atau sebesar 45 persen.

Tabel 4.3 Penggolongan responden menurut jenis pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Karyawan Swasta	38	45%
Pegawai Negri Sipil	19	22%
Wiraswasta	12	14%
Wirausaha	5	6%
Guru	11	13%
Jumlah	85	100%

Dari tabel diatas terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai Karyawan swasta yang berjumlah 38 orang atau sebesar 35 persen, kemudian pekerjaan responden Pegawai Negeri Sipil sejumlah 19 orang atau 22 persen, disusul pekerjaan responden terbanyak ketiga yaitu wirawasta yang berjumlah 12 orang atau sebesar 14 persen, kemudian pekerjaan Guru berjumlah 11 orang atau 13 persen, dan pekerjaan responden paling sedikit yaitu wirausaha berjumlah 5 orang atau 6 persen.

Tabel 4. 4 Penggolongan responden menurut usia

Usia	Frekuensi	Presentase
20-30 tahun	42	49%
31-40 tahun	23	27%
41-50 tahun	16	19%
51-60 tahun	4	5%
Jumlah	85	100%

Dari tabel diatas terlihat bahwa sebagian besar usia responden yaitu sekitar 20 tahun sampai 30 tahun yang berjumlah 42 orang atau sebesar 49 persen, usia responden selanjutnya sekitar 31 tahun sampai 40 tahun sebanyak 23 orang atau 27 persen, usia responden terbanyak selanjutnya yaitu sekitar 41 tahun sampai 50 tahun berjumlah 16 orang atau sebesar 19 persen, dan usia responden paling sedikit sekitar 51 tahun sampai 60 tahun yang berjumlah 4 orang atau sebesar 5 persen.

Tabel 4. 5 Penggolongan responden menurut seringnya membeli

Belanja ke-	Frekuensi	Presentase
3 kali	39	46%
4 kali	32	38%
5 kali	14	16%
Jumlah	85	100%

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penggolongan dari 85 responden berdasarkan seringnya pelanggan membeli batik CV. Rajasamas Jaya Batik Maos adalah repsonden yang membeli sebanyak 3 kali berjumlah 39 orang atau sebesar 46 persen, 32 orang membeli sebanyak 4 kali atau sebesar 38 persen, dan membeli sebanyak 5 kali sejumlah 14 orang atau sebesar 16 persen.

(Sugiono, 2017:93) Untuk memudahkan menganalisis data, peneliti menggunakan skala pengukuran yaitu Skala Likert. Untuk keperluan analisis, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|--|---|
| a. Sangat setuju (SS) diberi skor | 5 |
| b. Setuju (S) diberi skor | 4 |
| c. Netral (N) diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju (TS) diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor | 1 |

2. Uji Validitas

Priyastama (2017:164) Uji Validitas digunakan untuk mengukur validitas item pertanyaan dengan teknikmengorelasikan antara skor item denga total item kemudian melakukan korelasi terhadap nilai koefisien korelasi. Untuk menukur validitas kuesioner dengan taraf signifikan 5% maka:

$r > r$ tabel, maka pengukuran adalah valid

$r < r$ tabel, maka pengukuran adalah tidak valid

suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila besarnya koefisien korelasi skor butir dengan skor total yang lebih besar dari t-tabel pada taraf signifikansi 5%. Pada uji validitas ini diketahui berjumlah 85 responden maka dapat diketahui r tabel adalah 0,213.

Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Validitas Harga (X1)

Correlations								
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	JUMLAH
X1.1 Pearson Correlation	1	,563**	,632**	,620**	,753**	,681**	,739**	,859**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.2 Pearson Correlation	,563**	1	,703**	,353**	,631**	,606**	,622**	,758**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.3 Pearson Correlation	,632**	,703**	1	,636**	,770**	,620**	,679**	,859**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.4 Pearson Correlation	,620**	,353**	,636**	1	,655**	,590**	,606**	,759**
Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.5 Pearson Correlation	,753**	,631**	,770**	,655**	1	,747**	,758**	,910**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.6 Pearson Correlation	,681**	,606**	,620**	,590**	,747**	1	,762**	,846**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.7 Pearson Correlation	,739**	,622**	,679**	,606**	,758**	,762**	1	,875**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N	85	85	85	85	85	85	85	85
Σ Pearson Correlation	,859**	,758**	,859**	,759**	,910**	,846**	,875**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	85	85	85	85	85	85	85	85

Tabel diatas yaitu hasil uji validitas variabel harga yang dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan variabel harga pada kolom

Berdasarkan data tabel diatas yaitu hasil uji validitas variabel produk dapat yang diketahui bahwa seluruh item pertanyaan variabel pada kolom jumlah produk mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel, yaitu r hitung lebih besar dari 0,213 maka seluruh butir pertanyaan dari variabel produk dapat dikatakan valid.

Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Pelanggan

		Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	JUMLAH
Y1.1	Pearson Correlation	1	,760**	,742**	,618**	,466**	,248*	,823**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,022	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y1.2	Pearson Correlation	,760**	1	,690**	,530**	,478**	,390**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y1.3	Pearson Correlation	,742**	,690**	1	,478**	,508**	,201	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,065	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y1.4	Pearson Correlation	,618**	,530**	,478**	1	,592**	,649**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y1.5	Pearson Correlation	,466**	,478**	,508**	,592**	1	,592**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y1.6	Pearson Correlation	,248*	,390**	,201	,649**	,592**	1	,646**
	Sig. (2-tailed)	,022	,000	,065	,000	,000		,000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Σ	Pearson Correlation	,823**	,829**	,787**	,817**	,776**	,646**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

Tabel diatas yaitu hasil perhitungan uji validitas variabel Loyalitas Pelanggan yang dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan variabel Loyalitas Pelanggan pada kolom jumlah mempunyai nilai r

hitung > r tabel, yaitu nilai r hitung lebih besar dari 0,213 maka seluruh butir pertanyaan variabel loyalitas pelanggan dapat dikatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Priyastama (2017:164) Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang berupa angket, skala atau kuesioner, apakah alat ukur itu mendapatkan pengukuran yang konsisten jika pengukuran diulang kembali. Pengukuran uji realibilitas digunakan rumus koefisien *alpha cronbach* yang mana pengukuran instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6. Hasil uji realibilitas pada penelitian ini berdasarkan 85 responden dan dengan menggunakan SPSS versi 20.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,928	7

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha variabel harga diatas 0,6 maka dikatakan bahwa konsep pengukur variabel harga adalah reliabel.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabel Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,945	8

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha variabel produk diatas 0,6 maka dikatakan bahwa konsep pengukur variabel produk adalah reliabel.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Relibel Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,870	6

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha variabel loyalitas pelanggan diatas 0,6 maka dikatakan bahwa konsep pengukur variabel loyalitas pelanggan adalah reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Priyastama (2017:117) Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi dengan normal. Taraf signifikansi uji normal adalah nilai residual $> 0,05$ maka terdistribusi dengan baik, dan nilai residual $< 0,05$ maka tidak terdistribusi dengan baik.

Berdasarkan dari hasil uji normalitas menggunakan metode kolomogorov-smirnov mendapatkan hasil signifikansi normalitas sebesar 0,200 hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05

maka dari itu dapat disimpulkan bahwa uji normalitas penelitian ini adalah terdistribusi normal.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,73040734
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,054
	Negative	-,038
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Uji Multikonearitas

Priyastama (2017:122) Uji multikonearitas adalah ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati). Uji Multikonearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance*, jika nilai *Tolerance* lebih besar dari $> 0,10$ maka tidak terjadi multikonearitas, selain itu dapat dilihat dari melihat nilai *Inflation Factor* (VIF), jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,0$ maka tidak terjadi multikonearitas. Berikut hasil uji multikonearitas:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikonearitas

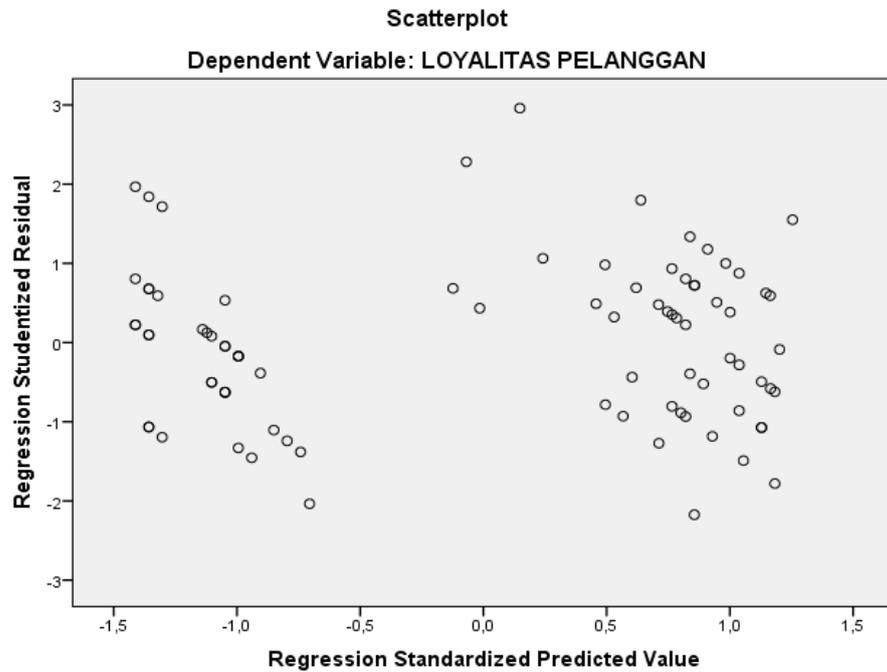
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	4,524	,774				5,843
HARGA	,219	,058	,319	3,772	,000	,265	3,770
PRODUK	,366	,049	,631	7,454	,000	,265	3,770

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel multikonearitas diatas dapat dilihat variabel bebas menunjukkan bahwa nilai Tolerance = 0,265 lebih besar dari $> 0,10$ dan nilai VIF = 3,770 lebih kecil dari $< 10,0$. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikonearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Priyastama (2017:125) Uji Heterokedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas.. Berikut hasil uji heterokedastisitas menggunakan rumus pola titik pada Scatterplot:



Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas diatas dapat terlihat bahwa titik-titik tak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga disimpulkan bahwa tak terjadi heterokedastisitas pada model regresi penelitian ini.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Priyastama (2017:154) Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Berikut hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,524	,774		5,843	,000
HARGA	,219	,058	,319	3,772	,000
PRODUK	,366	,049	,631	7,454	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat model dari hasil penelitian persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,524 + 0,219 X_1 + 0,366 X_2$$

Dari persamaan diatas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel bebas Harga dan Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Variabel yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah variabel produk dengan koefisien 0,366, dan selanjutnya diikuti oleh variabel harga dengan koefisien 0,219.

6. Uji t

Uji hipotesis t digunakan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh parsial yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana nilai t hitung lebih besar > dari nilai t tabel maka terdapat pengaruh positif antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil < dari nilai t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil uji t pada penelitian ini yang diperoleh dari 85 responden menggunakan SPSS versi 20.0 :

Tabel 4. 15 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,524	,774		5,843	,000
HARGA	,219	,058	,319	3,772	,000
PRODUK	,366	,049	,631	7,454	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat simpulkan hasil hipotesis variabel yaitu pengaruh antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari analisis dapat diketahui bahwa nilai regresi nilai t hitung > t tabel. Yaitu $3,772 > 1,663$ artinya bahwa ada pengaruh yang positif antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas pelanggan.

Hipotesis pengaruh antara produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis dapat diketahui analisis regresi nilai t hitung > t tabel yaitu $7,454 > 1,663$ artinya bahwa ada pengaruh yang positif antara produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara produk terhadap loyalitas pelanggan.

7. Uji f

Uji f digunakan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara stimultan atau bersama-sama yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika f hitung lebih besar dari > f tabel maka terdapat pengaruh secara bersama-sama, sebaliknya jika nilai f hitung lebih kecil dari < f tabel maka tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama. Hasil uji f pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Hasil Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1364,525	2	682,263	222,428	,000 ^b
	Residual	251,522	82	3,067		
	Total	1616,047	84			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), PRODUK, HARGA

Hipotesis pengaruh antara variabel harga dan produk secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan, dari hasil analisis dapat diketahui hasil analisis regresi nilai f hitung > f tabel yaitu 222,428 > 3,11 artinya bahwa ada pengaruh yang positif antara harga dan produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama ada pengaruh positif antara harga dan produk terhadap loyalitas pelanggan.

8. Uji Koefisien determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,919 ^a	,844	,841	1,75138

a. Predictors: (Constant), PRODUK, HARGA

Dari tabel model summary diatas bertujuan untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi variabel bebas dalam sebuah model regresi dengan melihat nilai R^2 . Dalam penelitian ini koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen yaitu Harga dan Produk mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diketahui nilai adjusted R Square sebesar 0,844 (84,4%) ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel independen yaitu harga dan produk memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 84,4 %.

C. Pembahasan

Berdasarkan perhitungan dari 85 orang responden yang merupakan pelanggan Batik CV. Rajasamas Jaya Maos menggunakan program SPSS versi 20.0 dapat hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada penelitian ini yang menggunakan SPSS model 20.0 dan dari 85 orang responden menunjukkan variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Batik CV. Rajasamas Jaya Maos. Hasil pengujian hipotesis 1 yang berbunyi pengaruh variabel harga terhadap loyalitas pelanggan ini dapat dilihat pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar > dari nilai t tabel, yaitu $3,772 > 1,663$. Hal ini

berarti menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa harga yang mengikuti pasar dapat menimbulkan rasa loyal kepada pelanggan Batik CV. Rajasamas Jaya Maos.

2. Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil perhitungan pada penelitian ini menggunakan SPSS model 20.0 dan 85 orang responden menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Batik CV. Rajasamas Jaya Maos. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 yang berbunyi pengaruh variabel produk terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari > nilai t tabel, yaitu $7,454 < 1,663$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa produk yang ditawarkan memberikan pengaruh pada loyalitas pelanggan Batik CV. Rajasamas Jaya Maos.

3. Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada penelitian ini menggunakan model SPSS 20.0 dan 85 orang responden menunjukkan bahwa variabel harga dan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Batik CV. Rajasamas Jaya Maos. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari > nilai F tabel yaitu $222,428 > 3,11$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

