

**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN JERUK LEMON LOKAL DAN  
JERUK LEMON IMPOR DI KOTA MEDAN  
(Study Kasus : Pajak MMTC)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**RIDHO LABDIMA MANURUNG**

**NPM : 1704300101**

**Program Studi : AGRIBISNIS**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**

**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN JERUK LEMON LOKAL DAN  
JERUK LEMON IMPOR DI KOTA MEDAN  
(Study Kasus : Pajak MMTC)**

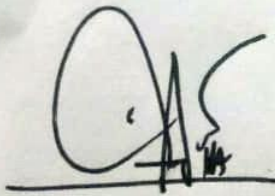
**SKRIPSI**

**Oleh:**

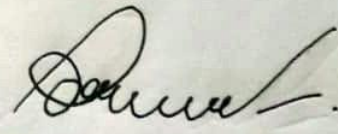
**RIDHO LABDIMA MANURUNG  
1704300101  
AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

**Komisi Pembimbing**



**Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.**  
Ketua



**Nursamsi, S.P., M.M.**  
Anggota

**Disahkan Oleh:  
Dekan**



**Assoc. Prof. Dr. Dafni Mayar Tarigan, S.P., M.Si.**

**Tanggal Lulus : 02 Maret 2024**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Ridho Labdima Manurung

NPM : 1704300100

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul " Analisis Loyalitas Konsumen Jeruk Lemon Lokal Dan Jeruk Lemon Impor Di Kota Medan (Study Kasus : Pajak MMTC)" adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (Plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh. Dengan pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak siapapun.

Medan, Januari 2024

Yang menyatakan



(Ridho Labdima Manurung)

## RINGKASAN

**Ridho Labdima Manurung (1704300100)** dengan judul **“Analisis Loyalitas Konsumen Jeruk Lemon Lokal Dan Jeruk Lemon Impor Di Kota Medan (Study Kasus : Pajak MMTC)”**. Dibimbing oleh **Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., selaku ketua pembimbing dan Bapak Nursamsi, S.P., M.M., selaku anggota**. Melonjaknya produk impor khususnya buah-buahan masuk ke Indonesia merupakan salah satu dampak dari globalisasi yang menimbulkan pasar bebas. Hal ini penjualan produk buah lokal telah banyak mengalami perubahan selama beberapa tahun terakhir tergantikan oleh produk buah impor. Konsumen akan membeli produk sesuai kebutuhannya, selera, dan daya belinya. loyalitas produk pertanian dapat dilakukan dengan strategi pengembangan agribisnis dalam konsep industrialisasi pertanian diarahkan pada pengembangan agribisnis sebagai suatu sistem keseluruhan yang dilandasi prinsip-prinsip efisiensi dan keberlanjutan dimana konsolidasi usaha tani diwujudkan melalui koordinasi vertikal, sehingga produk akhir dapat dijamin dan disesuaikan dengan preferensi konsumen akhir. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengkaji apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada jeruk lemon; 2) Untuk menganalisis bagaimana loyalitas konsumen jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor. Metode penelitian menggunakan menggunakan skala likert dengan analisis Regresi Linier Berganda. Penetapan sampel menggunakan teknik Accidental Sampling. Hasil penelitian menunjukkan Kepuasan Pelanggan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepercayaan (X4) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Jeruk Lemon Lokal dan Impor di Kota Medan dan Variabel Citra Merek (X3) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Jeruk Lemon Lokal dan Impor di Kota Medan.

## SUMMARY

**Ridho Labdima Manurung (1704300100) with the title "Analysis of Consumer Loyalty of Local Lemons and Imported Lemons in Medan City (Case Study: MMTC Tax)". Supervised by Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si., as chief supervisor and Mr. Nursamsi, S.P., M.M., as member.** The surge in imported products, especially fruit, entering Indonesia is one of the impacts of globalization which has given rise to a free market. This means that sales of local fruit products have changed a lot over the last few years, being replaced by imported fruit products. Consumers will buy products according to their needs, tastes and purchasing power. Loyalty to agricultural products can be carried out with an agribusiness development strategy in the concept of agricultural industrialization directed at developing agribusiness as a whole system based on the principles of efficiency and sustainability where the consolidation of farming businesses is realized through vertical coordination, so that the final product can be guaranteed and adjusted to the preferences of final consumers. This research was conducted in 2023. The objectives of this research are 1) To examine what influences consumer loyalty to lemons; 2) To analyze how loyal local lemon consumers are to imported lemons. The research method uses a Likert scale with Multiple Linear Regression analysis. The sample was determined using the Accidental Sampling technique. The research results show that Customer Satisfaction (X1), Product Quality (X2), and Trust (X4) have a positive influence on Consumer Loyalty (Y) of Local and Imported Lemons in Medan City and the Brand Image Variable (X3) does not have a positive influence on Loyalty Consumers (Y) of Local and Imported Lemons in Medan City.

## **RIWAYAT HIDUP**

Ridho Labdima Manurung, dilahirkan di Balam Sempurna, Provinsi Riau pada tanggal 08 September 1999 yang merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari Ayahanda Samsir Manurung dan Almh. Ibunda Leginem.

Adapun pendidikan yang pernah ditempuh penulis antara lain:

1. Tahun 2011 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) 0047 Sei Balam, Riau.
2. Tahun 2014 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta Tunas Bangsa, Riau.
3. Tahun 2017 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) Swasta Tunas Bangsa, Riau.
4. Tahun 2017 melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain:

1. Mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa/i Baru (PKKMB) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Sumatera Utara pada tahun 2017.
3. Mengikuti Darul Arqam Dasar (DAD) Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara di Medan, Sumatera Utara.

4. Pada tahun 2019 menjadi Ketua Bidang Kader Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Pada tahun 2020 menjadi Ketua Bidang TKK Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Kota Medan.
6. Pada tahun 2020 mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Bakrie Sumatra Plantation, Sumatera Utara.
7. Pada tahun 2022 menjadi Juara 1 Turnamen Futsal PK IMM FEB UMSU.
8. Pada tahun 2022 menjadi Ketua Bidang Lingkungan Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Kota Medan.
9. Pada tahun 2023 menjadi Juara 3 Futsal Piala Gubernur Sumatera Utara Kategori Mahasiswa se-Sumatera Utara.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan Rahmat dan Karunia Nya penulis dapat menyelesaikan proposal ini guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata 1 (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun judul penelitian ini adalah **ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN JERUK LEMON LOKAL DAN JERUK LEMON IMPOR DI KOTA MEDAN (Study Kasus : Pajak MMTC)**. Atas tersusunnya proposal ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Yang paling istimewa ucapan terima kasih dan penghargaan yang tidak terahingga kepada kedua orang tua saya, Ayahanda Samsir Manurung dan Almh. Ibu Leginem, yang telah banyak memberikan dukungan dan doa tiada hentinya.
2. Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si, selaku ketua komisi pembimbing.
3. Bapak Nursamsi, S.P., M.M. selaku anggota komisi pembimbing.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan S.P., M.S.i selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Mailina Harahap, S.P.,M.Si Selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Seluruh dosen dan pegawai Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.



7. Terimakasih kepada keluarga besar yang sudah memberikan do'a, serta dukungannya.
8. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Kelas Agribisnis 2 yang telah memberikan kerja sama, kesaan, semangat dan dukungannya untuk saling membantu selama perkuliahan.

Penyusunan skripsi dari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, serta tidak luput dari adanya kekurangan baik isi maupun kaidah penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan masukan yang bersifat konstruktif dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya pada penulis sendiri dan semoga Allah SWT senantiasa melindungi kita semua. Amin ya robbal' alamin.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Medan, mei 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	iv
SUMMARY.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	2
Tujuan Penelitian.....	2
Manfaat Penelitian.....	3
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
Landasan Teori.....	4
Jeruk Lemon.....	4
Jeruk Lemon Lokal.....	6
Jeruk Lemon Impor.....	7
Loyalitas.....	8
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas.....	9
Penelitian Terdahulu.....	10
Kerangka Pemikiran.....	11
Hipotesis.....	12
METODE PENELITIAN.....	13
Metode Penelitian.....	13
Metode Penentuan Lokasi.....	13
Metode Penarikan Sampel.....	13
Metode Pengumpulan Data.....	13
Metode Analisis Data.....	14
Definisi dan Batasan Operasional.....	21

DESKRIPSI UMUM PENELITIAN.....	23
Luas dan Letak Geografis.....	23
Kondisi Lokasi Penelitian.....	23
Karakteristik Identitas Responden.....	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
Uji Asumsi Klasik.....	32
Uji Hipotesis Penelitian.....	34
Koefisien Determinasi.....	38
Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
Kesimpulan.....	42
Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	46

## DAFTAR TABEL

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	24
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	25
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	25
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	26
5.	Uji Kolmogrov-smirnov.....	31
6.	Uji Multikolinearitas.....	32
7.	Uji t.....	34
8.	Uji F.....	35
9.	Koefisien Determinasi.....	38
10.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40

## DAFTAR GAMBAR

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1 .	Jeruk Lemon Lokal.....	7
2 .	Jeruk Lemon Impor.....	8
3 .	Skema Kerangka Pemikiran.....	12
4 .	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F.....	19
5 .	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t.....	20
6 .	Uji normal P-P of regression standardized residual.....	31
7 .	Uji Heterokedastisitas.....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No.</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Data Responden Konsumen Jeruk Lemon Lokal.....	46
2.	Data Responden Konsumen Jeruk Lemon Impor.....	47
3.	Pembelian Jeruk Lemon Lokal.....	48
4.	Pembelian Jeruk Lemon Impor.....	49
5.	Atribut Kepuasan Konsumen.....	50
6.	Atribut Kualitas Produk.....	51
7.	Atribut Citra Merk.....	52
8.	Atribut Kepercayaan.....	53
9.	Atribut Loyalitas Konsumen.....	54
10.	Kuesioner Penelitian.....	55
11.	Hasil SPSS.....	60
12.	Dokumentasi Penelitian.....	62

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Melonjaknya produk impor khususnya buah-buahan masuk ke Indonesia merupakan salah satu dampak dari globalisasi yang menimbulkan pasar bebas sehingga suatu negara bebas memasarkan produknya ke seluruh negara yang adadi dunia. Dengan didukung jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 268 juta jiwa (Statistik, 2020) menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi pemasaran barang dan jasa dari berbagai merek yang ada di dunia.

Pada awalnya buah segar yang dipasarkan di Indonesia adalah buah hasil pertanian masyarakat (produk lokal). Namun penjualan produk buah lokal telah banyak mengalami perubahan selamaa beberapa tahun terakhir tergantikan oleh produk buah impor. Produk buah impor banyak dijumpai di supermarket, pasar tradisional, hingga kios atau lapak-lapak yang berada di pinggir jalan.

Bagi konsumen, pasar dengan menyediakan banyak produk dengan berbagai merek dan banyak pilihan menjadikan konsumen membuat keputusan dalam membeli. Konsumen akan membeli produk sesuai kebutuhannya, selera, dan daya belinya. Konsumen tentu akan memilih produk yang bermutu lebih baik dan harga yang lebih murah.

Usaha dalam pemenuhan kebutuhan dan selera konsumen buah-buahan dilihat dari semakin membanjirnya buah impor baik dari ragam jenis maupun volumenya. Sumarwan (1999) mengemukakan bahwa membanjirnya buah impor pada saat sebelum krisis moneter telah memojokkan buah-buahan lokal. Persaingan yang datang dari luar serta kebijakan pemerintah yang kurang kondusif menyebabkan banyak petani yang semakin terpuruk. Namun krisis

moneter menyebabkan buah impor semakin mahal dan semakin berkurang ketersediannya di pasar. Sebaliknya pada saat yang sama, buah lokal semakin banyak tersedia di pasar dengan harga yang bersaing, oleh karena itu krisis moneter seharusnya dapat menjadi momentum yang tepat untuk merencanakan pengembangan buah lokal sebagai komoditas unggulan untuk ekspor maupun konsumsi dalam negeri.

Menurut Simatupang dalam Lestari, Sri Puji dan Muchayatin (2017) mengemukakan bahwa untuk meningkatkan loyalitas produk pertanian dapat dilakukan dengan strategi pengembangan agribisnis dalam konsep industrialisasi pertanian diarahkan pada pengembangan agribisnis sebagai suatu sistem keseluruhan yang dilandasi prinsip-prinsip efisiensi dan keberlanjutan dimana konsolidasi usaha tani diwujudkan melalui koordinasi vertikal, sehingga produk akhir dapat dijamin dan disesuaikan dengan preferensi konsumen akhir. Dengan begitu kebutuhan dan selera konsumen akan terpenuhi jika tersedia produk dipasar dan masyarakat mempunyai daya beli.

### **Rumusan Masalah**

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen ?
2. Bagaimana minat konsumen terhadap jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor ?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengkaji apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada jeruk lemon.
2. Untuk menganalisis bagaimana loyalitas konsumen jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor



### **Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi dan masukan kepada pemasar jeruk lemon di Kota Medan.
2. Bagi pihak lain, penelitian diharapkan menjadi bahan acuan dalam melakukan penelitian sejenis.
3. Sebagai syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### Jeruk Lemon

Jeruk lemon (*Citrus limon*) merupakan tanaman asli Asia Tenggara. Jeruk lemon (*Citrus limon*) pertama kali tumbuh di India, Burma utara dan China. Pada tahun 1493, Christopher Colombus membawa biji jeruk lemon (*Citrus limon*) ke Hispaniola. Budidaya jeruk lemon (*Citrus limon*) pertama kali di Genoa pada pertengahan abad ke 15. Pada abad ke 18 dan abad 19, jeruk lemon (*Citrus limon*) ditanam di Florida dan California. Bagian dari tanaman jeruk lemon (*Citrus limon*) yang sering dimanfaatkan adalah kulit buah, bunga, daun, air perasan (Anonim, 2006).

Jeruk lemon (*Citrus limon*) termasuk salah satu jenis tumbuhan perdu yang banyak memiliki dahan dan ranting dengan tinggi maksimal mencapai 10 sampai 15 kaki (3-6 m). Jeruk lemon (*Citrus limon*) memiliki batang berduri, daun hijau dan lonjong, bunga berbentuk oval dan berwarna putih dengan garis-garis ungu didalamnya. Buah jeruk lemon (*Citrus limon*) berukuran 7-12 cm dan berbentuk bulat telur dengan ujung yang runcing pada salah satu ujungnya. Kulit jeruk lemon (*Citrus limon*) berwarna kuning terang, kadang terdapat garis berwarna hijau atau putih dan mempunyai tebal sekitar 6-10 mm. Daging buah jeruk lemon (*Citrus limon*) berbulir, berwarna kuning pucat, terdapat sekitar 8-10 segmen, dan mempunyai rasa asam (Anonim, 2006).

Klasifikasi botani tanaman jeruk lemon :

Kingdom	: Plantae
Sub Kingdom	: Tracheobionta
Super Divisi	: Spermatophyta
Divisi	: Magnoliophyta
Kelas	: Magnoliophyta-Dicotyledons
Sub Kelas	: Rosidae
Ordo	: Sapindales
Famili	: Rutaceae
Genus	: Citrus
Spesies	: <i>Citrus limon</i> (Anonim, 2006).

Jeruk lemon adalah sejenis jeruk yang buahnya biasa dipakai sebagai penyedap dan penyegar dalam banyak seni boga dunia. Jeruk lemon telah lama dihargai karena sifatnya yang sehat, bergizi, dan sebagai antioksidan. Nilai gizi jeruk lemon cukup tinggi karena kaya akan vitamin dan mineral sehingga jeruk lemon memiliki banyak manfaat kesehatan dan juga telah terbukti (Anonim, 2013).

Konsumen merupakan salah satu komponen penting dalam sistem agribisnis. Memahami perilaku konsumen merupakan informasi pasar yang penting bagi sektor agribisnis sebagai bahan masukan untuk merencanakan, mengembangkan produk, dan memasarkan dengan lebih baik. Konsumen akan memilih produk yang mutunya lebih baik dengan harga yang lebih murah. Konsumen cenderung membeli buah-buahan yang berkualitas baik, namun tidak menilai bahwa buah-buahan impor selalu berkualitas baik sehingga

konsumen bersikap netral terhadap buah-buahan impor. Dengan demikian buah dengan label impor tidak menjadikan konsumen bersikap lebih positif, tetapi penilaian konsumen terhadap buah yang menentukan sikap konsumen (Anonim, 2013).

### **Jeruk Lemon Lokal**

Buah lemon lokal merupakan buah segar yang diproduksi di wilayah Indonesia. Indonesia memiliki iklim yang memungkinkan mudahnya berbagai jenis buah-buahan tumbuh dan berkembang. Jenis buah lemon lokal dikategorikan ke dalam buah-buahan tropis ( Sunarjono, 2013).

Buah jeruk lemon lokal merupakan jenis jeruk lemon yang memiliki warna kulit hijau. Jeruk lemon memiliki bentuk lebih lonjong. Harga jeruk lemon ini lebih murah dari pada jeruk lemon impor. Rasa daging buahnya masam, kulit buahnya tipis. Kandungan vitamin C sangat tinggi sehingga sangat baik untuk meningkatkan imun tubuh, untuk mengobati sariawan dan melancarkan pencernaan (Sunarjono, 2013).

Jeruk lemon lokal banyak dibudidayakan masyarakat khususnya masyarakat di dataran rendah. Umumnya masyarakat tidak memerlukan perlakuan khusus terhadap lemon lokal, tidak menggunakan pestisida dan menggunakan pupuk kandang untuk menambah nutrisi pada tanahnya. Jeruk lemon lokal ini biasanya dapat dijumpai ditoko-toko ataupun pasar buah di Indonesia. Jeruk lemon lokal ini asli ditanam dan dibudidayakan oleh petani lokal Indonesia (Sesa, 2021).



Gambar 1 . Jeruk Lemon Lokal

### **Jeruk Lemon Impor**

Jeruk Lemon impor merupakan pohon perdu, batang berduri panjang tetapi tidak rapat, tegak, bulat, percabangan simpodial, berduri. Daun berwarna hijau dengan tepi rata, tunggal, berseling, lonjong, ujung dan pangkal meruncing panjang 7-8cm, lebar 4-5cm, tangkai silindris, permukaan licin. Kelopak bentuk bintang, hijau. Benang sari panjang sekitar 1,5cm, kepala sari berbentuk ginjal, kuning, tangkai putik silindris, panjang kurang lebih 1 cm, kepala putik bulat, kuning, mahkota lima helai, bentuk bintang, putih kekuningan. Buah lemon berkulit besar, berwarna kuning orange, bentuknya agak bulat dengan panjang 5-8 cm, tebal kulitnya 0,5-0,7 cm dan dasarnya menonjol (Fransiska, 2017)

Semakin banyaknya jeruk lemon impor saat ini perlu diwaspadai. Jeruk lemon impor kini banyak ditemui di pasar modern maupun pasar-pasar tradisional yang tersebar di berbagai wilayah. Ada kecenderungan toko buah dan pedagang buah keliling lebih memilih menjual jeruk impor dibandingkan dengan jeruk lokal. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli buah jeruk lokal atau impor (Mellyssa dkk, 2013)



Gambar 2 . Jeruk Lemon Impor

## Loyalitas

Menurut Oliver (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Sedangkan menurut Morais (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Selanjutnya Parasuraman (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) mendefinisikan loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis. Menjaga pelanggan tetap senang dan loyal merupakan tantangan bagi perusahaan dan cara terbaik untuk bertahan dalam persaingan. Hasan (2014) mengatakan loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu

tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas**

Menurut Hasan (2014) faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah :

1. Kepuasan Pelanggan (*Customer satisfaction*).

Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang dan lain-lain.

2. Kualitas Produk atau layanan (*Service quality*)

Kualitas produk atau layanan berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan. Kualitas meningkatkan penjualan dan meningkatkan penguasaan pasar, dan mengarahkan/ memimpin konsumen ke arah kesetiaan.

3. Citra Merek (*Brand Image*)

Citra merek muncul menjadi faktor penentu kesetiaan pelanggan yang ikut serta membesarkan/membangun citra perusahaan lebih positif.

4. Nilai yang dirasakan (*Perceived Value*).

Nilai yang dirasakan merupakan perbandingan manfaat yang dirasakan dan biaya-biaya yang dikeluarkan pelanggan diperlakukan sebagai faktor penentu kesetiaan pelanggan.

5. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan.

## 6. Relasional pelanggan (*Customer Relationship*)

Relasional pelanggan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap proporsionalitas rasio biaya dan manfaat, rasio biaya dan keuntungan dalam hubungan yang terus menerus dan timbal balik.

### **Penelitian Terdahulu**

Menurut Ismi Nur Ulina (2020) dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis daya saing jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor berdasarkan atribut produk”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara keseluruhan atribut-atribut jeruk lemon lokal berada pada posisi paling atas sedangkan jeruk lemon impor berada pada posisi paling rendah. Atribut jeruk lokal yang dipersepsikan oleh konsumen adalah atribut harga, mudah didapat, rasa dan aroma. Nilai atribut jeruk lemon lokal yaitu 101,71 poin lebih besar dibandingkan jeruk lemon impor yaitu 91,59 poin. Artinya jeruk lemon lokal lebih unggul atau memiliki daya saing karena lebih diminati konsumen.

Menurut Nahluri Raja (2017) dengan penelitiannya yang berjudul “Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian jeruk lemon impor” Perilaku konsumen yang mengutamakan kesehatan dan manfaat jeruk lemon impor sebagai faktor utama dalam melakukan keputusan pembelian jeruk lemon impor memiliki jumlah responden paling tinggi yaitu 11 orang dengan tingkat presentase 36,7%. Sedangkan perilaku konsumen yang mengandalkan kebiasaan sebagai kebutuhan pokok keluarga yang mendasari untuk melakukan keputusan pembelian jeruk lemon impor memiliki jumlah responden terendah yaitu 2 orang dengan tingkat presentase 6,7%.



Menurut Khairi Shabrina Sitorus (2020) dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap konsumen buah lokal di kota medan” Konsumen buah lokal Pisang berada pada kategori sangat puas yaitu sebesar 87,8% dibandingkan dengan buah lokal semangka pada kategori puas yaitu 73,97% dan buah lokal salak pada kategori tidak puas sebesar 60,62%.

### **Kerangka Pemikiran**

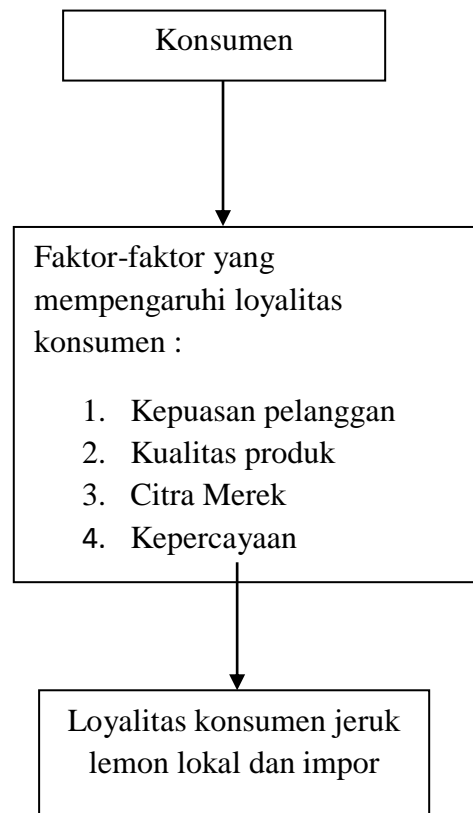
Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen karena kepuasan pelanggan dapat menggambarkan naluri seseorang yang merasa puas ketika diberikan pelayanan yang maksimal. Kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan dalam mengukur loyalitas konsumen untuk mencapai keberhasilan penjualan suatu produk dalam satu pasar sehingga menciptakan nilai pengaruh yang positif.

Kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas konsumen karena kualitas produk dapat menggambarkan hasil suatu produk yang sempurna sehingga dapat menarik konsumen untuk memiliki produk tersebut. Kualitas produk sangat dibutuhkan dalam mengukur loyalitas konsumen untuk mencapai tujuan untuk menarik minat konsumen terhadap suatu produk sehingga menciptakan nilai pengaruh yang positif.

Citra merek dapat mempengaruhi loyalitas konsumen karena dari hal tersebut bisa memperkenalkan adanya nama produk tersebut. Dalam memperkenalkan suatu produk dibutuhkan adanya respon dari konsumen sehingga dapat menciptakan citra merk yang unik dan mudah diingat oleh konsumen. Citra merk sangat dibutuhkan dalam mengukur loyalitas konsumen untuk mencapai

tujuan untuk menarik minat konsumen terhadap suatu produk sehingga menciptakan nilai pengaruh yang positif.

Kepercayaan merupakan suatu hal penting dalam menumbuhkan loyalitas konsumen. Kepercayaan sangat dibutuhkan dalam mengukur loyalitas konsumen untuk mencapai tujuan untuk menarik minat konsumen terhadap suatu produk sehingga menciptakan nilai pengaruh yang positif.



Gambar 3 . Skema Kerangka Pemikiran

### **Hipotesis**

Ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan, kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Jeruk Lemon Lokal dan Jeruk Lemon Impor di Kota Medan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan studi perilaku konsumen buah-buahan di Kota Medan (Study Kasus: Pajak MMTC ) serta menganalisis loyalitas konsumen jeruk lemon lokal terhadap jeruk lemon impor .

### **Metode Penentuan Lokasi**

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu Kota Medan dengan pertimbangan Kota Medan (Studi Kasus: Pajak MMTC ) merupakan wilayah yang potensial dalam pendistribusian jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor. Penelitian dilaksanakan pada 2023.

### **Metode Penarikan Sampel**

Peneliti akan menetapkan sampel berdasarkan teknik *Accidental Sampling*. Pengambilan responden melalui metode ini adalah dari konsumen yang sedang membeli buah jeruk lokal dan buah jeruk impor, dimana setiap anggota populasi mempunyai Probability yang sama untuk dijadikan responden (Bungin, 2005). Jumlah sampel sebanyak 30 responden (15 responden jeruk lemon dan 15 responden jeruk impor) berdasarkan teknik perolehan sampel secara tidak direncanakan ketika siapa saja yang secara kebetulan sedang melakukan pembelian jeruk lemon lokal maupun jeruk lemon impor. Hal ini sesuai dengan Teori Bailey yang menyatakan untuk penelitian yang menggunakan analisis statistik, ukuran responden paling minimum 30 (Hasan, 2002).

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan: (1) Studi Literatur untuk memperoleh informasi tentang berbagai

konsep untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dari sumber-sumber tulisan yang ada dan mendukung penelitian ini; (2) Wawancara untuk memperoleh data untuk menganalisis loyalitas konsumen buah jeruk lemon yang dilakukan pada konsumen buah jeruk lemon di Kota Medan secara wawancara atau tatap muka. (3) Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang berisi pertanyaan untuk ditujukan pada konsumen buah jeruk lemon di Kota Medan.

### **Metode Analisis Data**

Untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yakni menggunakan skala likert. Sedangkan untuk menentukan minat konsumen terhadap jeruk lemon lokal dengan jeruk lemon impor yakni dengan menggunakan *Regresi Linier Berganda*. Variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen menggunakan gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skor dari setiap indikator sebagai berikut :

Sangat Setuju = 5

Setuju = 4

Netral = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat tidak Setuju = 1

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dengan menganalisis dan menguji data dengan perhitungan secara angka-angka dan dapat menarik kesimpulan dari pengujian (rumusan masalah 1).

## Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono (2016) uji asumsi klasik bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model terbaik. Jika model adalah model baik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau tujuan pemecahan masalah praktis. Asumsi klasik (rumusan masalah 2) yang dimaksud terdiri dari :

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Kriteria pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

### b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variable independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor / VIF*) yang tidak melebihi 4 atau 5. Apabila variable independen memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 5), maka tidak terjadi multikolinearitas dalam variable independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variable independen.

### c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan

yang lain. Jika variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Adanya tidak heterokedastisitas dapat diketahui dengan melihat grafik *scatterplot* antar nilai prediksi variable independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heterokedastisitas antara lain :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas
2. Jika tidak ada pola yang tidak jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### **Uji Analisis Regresi**

Menurut Sugiyono (2016) Regresi dapat di analisis dengan cara-cara sebagai berikut: Regresi linear berganda yaitu pengaruh dua variabel atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$\text{Rumus : } Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y	=	Loyalitas Konsumen
$\alpha$	=	Konstanta
X <sub>1</sub>	=	Kepuasan Pelanggan
X <sub>2</sub>	=	Kualitas Produk
X <sub>3</sub>	=	Citra Merk
X <sub>4</sub>	=	Kepercayaan

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan variable terikat akibat perubahan tiap-tiap unit variable bebas.

a. R-Square

Nilai R-Square adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variable terikat di pengaruhi oleh variable bebas

**Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variable independen (kecerdasan emosional dan komitmen organisasi) dalam menerangkan variable dependel (kinerja) karyawan. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai  $R^2$  semakin kecil (mendekati nol) maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variable dependen amat terbatas atau memiliki pengaruh yang kecil. Dan jika nilai  $R^2$  semakin besar (mendekati satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen atau memiliki pengaruh yang besar dengan rumus determinasi sebagai berikut :

$$D = R^2 \times 100\%$$

Sumber : Sugiyono (2016)

Keterangan:

D = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi Variabel Bebas dengan Variabel Terikat

100% = Persentase Kontribusi

Untuk mempermudah penelitian dalam mengolah analisis data, peneliti menggunakan program computer yaitu Statistical Program For Social Science (SPSS).

### Uji Simultan ( Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variable bebas atau independent variable (X) mempunyai pengaruh yang positif atau negative, serta signifikan terhadap variable terikat atau dependent (Y). Uji F penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kecerdasan emosional dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. Untuk menguji signifikan koefisien korelasi ganda dapat dihitung dengan rumus :

Sumber : Sugiyono (2016)

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

F = Tingkat Signifikan

R<sup>2</sup> = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel Independen

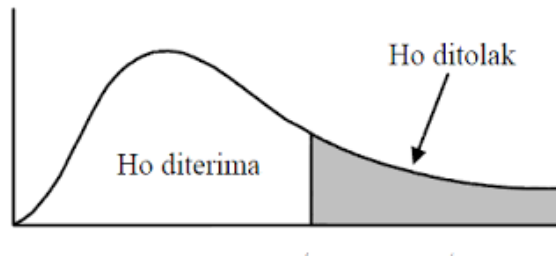
n = Jumlah Sampel

Menguji hipotesis dengan Uji F. maka hipotesis yang hendak diuji adalah

- a. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka Ho ditolak atau Ha diterima. Maka menandakan adanya pengaruh signifikan model regresi model regresi linear yang diperoleh sehingga mengakibatkan signifikan pula pengaruh dari variable-variabel bebas secara simultan terhadap variable terikat.



- b. Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak. Maka dapat diartikan sebagai tidak signifikannya model regresi linear berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variable-variable bebas secara simultan terhadap variable terikat.



Gambar 4 . Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F

### Uji Parsial (Uji t)

Test uji-t digunakan untuk menguji setiap variable bebas (X) atau independen secara individual mempunyai pengaruh positif dan signifikan atau tidak terhadap variable terikat (Y). Untuk mengetahui tingkat signifikan dapat dilakukan uji-t dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2016)

Keterangan :

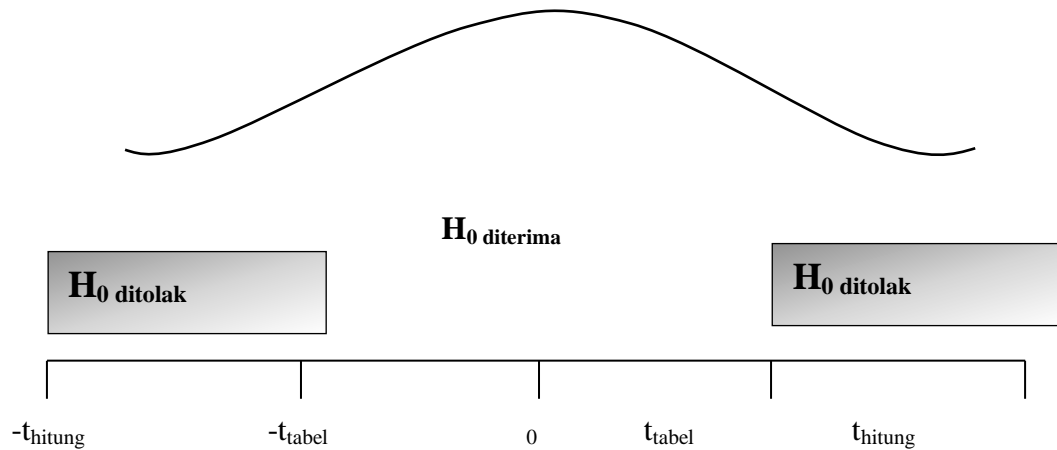
$t = t_{hitung}$  yang selanjutnya dikonsultasikan dengan  $t_{tabel}$

$r =$  Besarnya korelasi antara kedua variable X dan Y

$n =$  Jumlah Sampel

Bentuk Pengujiannya adalah :

- a. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  = ditolak atau  $H_a$  diterima. Sehingga ada pengaruh signifikan antara variable bebas (X) dengan variable terikat (Y)
- b. Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  = diterima atau  $H_a$  ditolak. Sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variable bebas (X) dengan Variabel terikat (Y).



Gambar 5 . Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t

## Definisi dan Batasan Operasional

### Definisi

1. Jeruk lemon (*Citrus limon*) merupakan tanaman asli Asia Tenggara.
2. Jeruk lemon adalah sejenis jeruk yang buahnya biasa dipakai sebagai penyedap dan penyegar dalam banyak seni boga dunia.
3. Buah lemon lokal merupakan buah segar yang diproduksi di wilayah Indonesia.
4. Buah jeruk lemon lokal merupakan jenis jeruk lemon yang memiliki warna kulit hijau.
5. Jeruk Lemon impor merupakan pohon perdu, batang berduri panjang tetapi tidak rapat, tegak, bulat, percabangan simpodial, berduri.

6. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

### **Batasan Operasional**

1. Lokasi yang menjadi daerah penelitian yaitu Kota Medan (Studi Kasus: Pajak MMTC ) merupakan wilayah yang potensial dalam pendistribusian jeruk lemon lokal dan jeruk lemon impor.
2. Penelitian yang dilakukan terdiri dari kepuasan pelanggan, kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Jeruk Lemon Lokal dan Jeruk Lemon Impor di Kota Medan.
3. Jumlah sampel sebanyak 30 responden pada penelitian ini.

## **DESKRIPSI UMUM PENELITIAN**

### **Luas dan Letak Geografis**

Tempat penelitian ini adalah Pasar Raya Medan Mega Trade Center didirikan pada tanggal 7 Oktober 2016 dibawah pengelolaan PT. Deli Metropolitan dan diresmikan pada tanggal 15 Oktober 2017. Penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2021. Pasar Raya Medan Mega Trade Centre terletak di Dusun VII, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Kota Medan, Sumatera Utara dengan luas berkisar 7 Hektar.

### **Kondisi Lokasi Penelitian**

Pasar Raya Medan Mega Trade Center adalah bertemunya penjual dan pembeli secara langsung melakukan transaksi jual beli yang biasanya dengan pola tawar menawar, pembayaran secara tunai. Pasar ini terdiri dari kios-kios dan grosir yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Umumnya menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa buah, sayuran- sayuran, telur, pakaian dan lain-lain. Untuk kelancaran administrasi pasar ini di pimpin oleh seorang kepala pasar dibantu oleh staff dan beberapa petugas seperti koordinator pedagang, koordinator kebersihan dan keamanan pasar. Kegiatan pemasaran tidak cukup hanya ada jalan distribusi antara produsen dan konsumen, seperti adanya distributor, agen, pedagang dan lain-lain. Namun tidak kalah pentingnya juga harus ada ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai. Pasar Raya Medan Mega Trade Center yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, kawasan Pasar Raya Medan Mega Trade Center terletak di komplek Medan Mega Trade Center.

Dusun VII Jalan Williem Iskandar. Sarana dan prasarana mempunyai dampak yang besar terhadap perkembangan dan perkembangan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana maka semakin cepat pula pembangunan, sarana dan prasarana Mega Trade Center Pasar Raya Medan sangat bagus, ini terlihat dari segi keamanan, parkir dan tempat ibadah.

### **Karakteristik Identitas Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan tetap jeruk lemon lokal dan impor di pasar MMTC Kota Medan. Jumlah responden yang digunakan penelitian ini ialah 30 orang. Karakteristik sampel yang diamati berdasarkan pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara rutin selama 6 bulan terakhir sebab tiap karakteristik memiliki perbedaan akan mempengaruhi penilaian yang dilakukan oleh responden. Karakteristik responden sangat mempengaruhi loyalitas konsumen jeruk lemon. Karakteristik pada penelitian meliputi ialah nama, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.

Data identitas responden dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Laki – Laki	11	22
2.	Perempuan	39	78
Total		50	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas dihasilkan jumlah karakteristik responden laki-laki sebesar 22%, sedangkan jumlah karakteristik responden perempuan sebesar 78%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini lebih banyak didominasi pada jenis kelamin perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	17 – 25	11	22
2.	25 – 40	23	46
3.	>40	16	32
Total		50	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas dihasilkan jumlah karakteristik responden usia pada kelompok umur rentang 17 – 25 tahun sebesar 22%, jumlah karakteristik respondedn usia pada kelompok umur rentang 25 – 40 tahun sebesar 46%, dan jumlah karakteristik responden usia pada kelompok umur rentang >40 tahun sebesar 32%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik usia responden yang menjadi sampel penelitian ini lebih banyak didominasi pada kelompok umur dengan rentang usia 25 – 45 tahun.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	SD	4	8
2.	SMP	9	18
3.	SMA	25	50
4.	Sarjana	12	24
Total		50	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh jumlah karakteristik responden dengan tingkat pendidikan SD sebesar 8%, jumlah karakteristik responden dengan tingkat pendidikan SMP sebesar 18%, jumlah karakteristik responden dengan tingkat pendidikan SMA sebesar 50%, dan jumlah karakteristik responden dengan tingkat pendidikan Sarjana sebesar 24%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas dalam penelitian ini lebih didominasi pada tingkat pendidikan SMA.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	3	6
2.	Karyawan	20	40
3.	Wiraswasta	12	24
4.	Ibu Rumah Tangga	15	30
Total		50	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas dihasilkan jumlah karakteristik responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebesar 6%, jumlah karakteristik responden dengan tingkat pekerjaan karyawan sebesar 40%, jumlah karakteristik responden dengan pekerjaan wiraswasta sebesar 24%, dan jumlah karakteristik responden dengan pekerjaan ibu rumah tangga sebesar 30% . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan lemon dalam penelitian ini lebih didominasi pada pekerjaan karyawan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Buah jeruk merupakan salah satu jenis buah yang disenangi oleh konsumen untuk dikonsumsi karena mengandung sumber vitamin. Seiring dengan perkembangan zaman, konsumen menginginkan produk yang aman dan berkualitas termasuk buah jeruk. Untuk memenuhi keinginan konsumen akan buah jeruk yang berkualitas, bukan hanya tugas petani sebagai produsen buah jeruk, tetapi juga tugas dari pelaku agribisnis lainnya seperti peneliti, akademisi, pemasar dan pemerintah. Hal ini memerlukan keterbukaan informasi dan kerjasama yang erat antara pelaku agribisnis tersebut. Dengan demikian akan terbentuk suatu rantai agribisnis yang memberikan efisiensi biaya, yang akan membuat petani berminat untuk menghasilkan buah jeruk yang bermutu karena harga yang diterima lebih tinggi

Preferensi konsumen terhadap buah jeruk merupakan pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap produk buah jeruk yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen yang lain. Preferensi konsumen terhadap buah jeruk lokal dan buah jeruk impor di Kota Medan dapat diketahui dari frekuensi pembelian konsumen. Preferensi konsumen terhadap buah jeruk merupakan pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap produk buah jeruk yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen yang lain. preferensi konsumen terhadap buah jeruk lokal adalah warna buah kuning kehijauan, rasa buah manis sedikit asam, ukuran sedang dan aroma buah segar. Sedangkan buah jeruk impor adalah warna oranye, rasa buah manis, ukuran sedang dan aroma buah segar.



a. Rasa Buah Jeruk

Rasa buah jeruk lokal yang disukai konsumen di Kota Medan adalah rasa manis sedikit asam. Kandungan asam sitrat mengindikasikan adanya vitamin C yang cukup tinggi pada jeruk menyebabkan buah jeruk lokal cenderung memiliki rasa yang asam. Tingginya kandungan air dalam jeruk juga memberikan sensasi yang segar saat dikonsumsi. Ini merupakan salah satu ciri khas buah tropis yang banyak digemari oleh konsumen begitu juga di Kota Medan. Sedangkan buah jeruk impor yang disukai konsumen di Kota Medan adalah rasa buah yang manis. Hal ini disebabkan karena karakteristik buah impor yang ada di pasaran cenderung memiliki rasa manis. Hal ini juga dikarenakan buah jeruk impor terutama dari Cina telah melewati proses penyimpanan sehingga kandungan asam sitratnya semakin menurun sehingga buah jeruk impor memiliki rasa manis. Namun ada juga yang memiliki rasa asam karena buah jeruk tersebut masih muda atau belum matang secara fisiologis sehingga meskipun dari penampakan fisik berwarna oranye.

b. Warna Buah Jeruk

Warna buah jeruk lokal yang disukai konsumen di Kota Medan adalah warna buah kuning kehijauan. Buah jeruk lokal memiliki kulit buah yang hijau pada waktu masih muda dan mulai menguning ketika mulai masak. Perubahan warna pada buah merupakan suatu perubahan yang jelas nampak oleh konsumen. Perubahan tersebut digunakan sebagai indikator sudah masak atau belum. Perubahan yang umum terjadi adalah hilangnya warna hijau. Buah-buah non klimakterik seperti jeruk juga menunjukkan tandatanda kehilangan warna hijau dengan dicapainya kualitas konsumsi (Bambang,2008:51-52).

Buah jeruk lokal yang berwarna kuning kehijauan oleh konsumen dianggap sudah matang sehingga rasa buah jeruk yang dikonsumsi tidak terlalu asam dan layak untuk dikonsumsi. Warna buah jeruk impor yang disukai konsumen di Kota Medan adalah warna oranye. Buah jeruk impor juga mengalami perubahan warna dari hijau ke oranye, namun yang tersedia di pasaran hampir semua berwarna seragam yaitu oranye. Hal ini disebabkan karena buah yang diimpor dari Cina sudah mengalami pengelolaan pasca panen yang baik tidak hanya warna yang seragam, tetapi juga ukuran seragam, bahkan pengemasan, dan cara penyimpanan yang sudah sangat baik. Pengelolaan pasca panen yang baik inilah yang menyebabkan buah jeruk impor memiliki nilai lebih pada penampilan dibanding buah jeruk lokal yang sebagian besar belum melakukan pengelolaan pasca panen dengan baik.

c. Ukuran Buah Jeruk

Ukuran buah berkaitan dengan jumlah buah tiap kilogramnya. Ukuran buah yang paling banyak dipilih konsumen buah jeruk lokal adalah buah jeruk yang berukuran sedang yaitu 8 sampai 9 buah per kilogram. Hasil ini sama dengan buah jeruk impor yang dipilih konsumen yaitu berukuran sedang. Ukuran buah yang sedang dipilih konsumen karena ukuran tersebut dirasa tidak terlalu besar sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Sebagian besar konsumen melakukan pembelian buah jeruk dengan jumlah pembelian 1 hingga 2 kilogram dengan isi setiap kilogramnya 8 hingga 9 buah sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Jumlah anggota keluarga responden yang sebagian besar beranggotakan 4-5 orang sudah dapat terpenuhi kebutuhannya dalam sekali pembelian buah jeruk dengan ukuran sedang tersebut.

d. Aroma Buah Jeruk

Aroma buah jeruk lokal yang disukai konsumen di Kota Medan adalah aroma segar. Hasil ini juga sama dengan buah jeruk impor dimana aroma yang dipilih konsumen adalah buah yang beraroma segar. Aroma memainkan peranan penting dalam perkembangan kualitas pada bagian buah yang dapat dikonsumsi. Aroma terjadi karena adanya sintesis senyawa organik yang bersifat mudah menguap selama fase pemasakan. Senyawa volatile ini sangat penting bagi konsumen untuk menilai tingkat kematangan dan kemasakan buah (Bambang, 2008: 62-63). Aroma buah jeruk yang khas berasal dari kulit buah yang mengandung banyak minyak atsiri. Semakin banyak kandungan minyak atsirinya maka aroma semakin kuat, aroma segar yang keluar dari buah jeruk juga menandakan buah tersebut masih segar, tidak layu karena proses penyimpanan yang terlalu lama. Kandungan air juga masih banyak sehingga diharapkan rasa yang diberikan sudah sesuai yang diinginkan konsumen.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

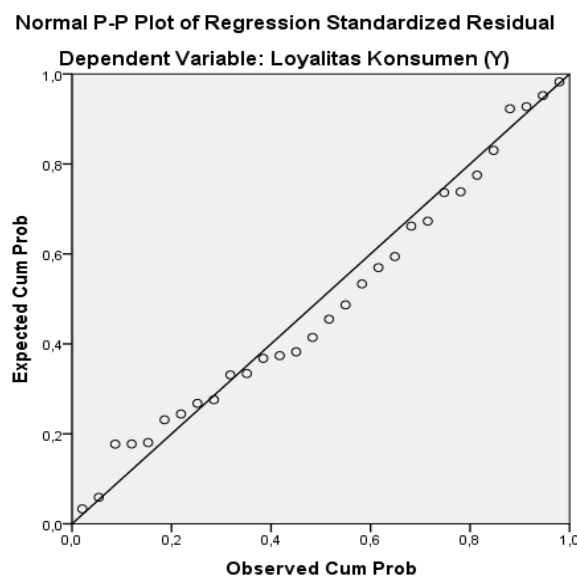
Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat pada model regresi variabel dependen dan independennya mempunyai distribusi yang normal atau distribusi yang tidak normal. Berdasarkan ketentuan pengujian bila data menyebar atau mengelilingi garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi uji asumsi normalitas. Berikut hasil uji normalitas dalam melakukan uji keseluruhan data variabel penelitian yang memiliki skala minimal ordinal dengan ketentuan uji *kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan program SPSS.

Tabel. 5 Uji Kolmogrov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,12732264
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,093
	Negative	-,092
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai unstandardized residual memiliki nilai sebesar  $\text{sig} > 0,05$ . Nilai *Kolmogorov-smirnov* yang diperoleh dari uji tersebut sebesar 0,200, maka nilai  $0,200 > 0,05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi dengan normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar normal *P-P of regression standardized residual* pada gambar dibawah ini:



Gambar 6. Uji normal P-P of regression standardized residual

Gambar uji normalitas normal *P-P of regression standardized residual* diatas menjelaskan bahwa pengujian normalitas model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan diatas, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung mengelilingi garis dan dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada variabel penelitian ini berdistribusi normal, hanya pada variabel Citra Merek (X3) berdistribusi tidak normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah diantara beberapa variabel tidak terjadi korelasi yang tinggi. Uji multikolinearitas variabel dalam penelitian ini melalui perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis *collinearty statistics*. Bila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji interdependensi antara beberapa variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

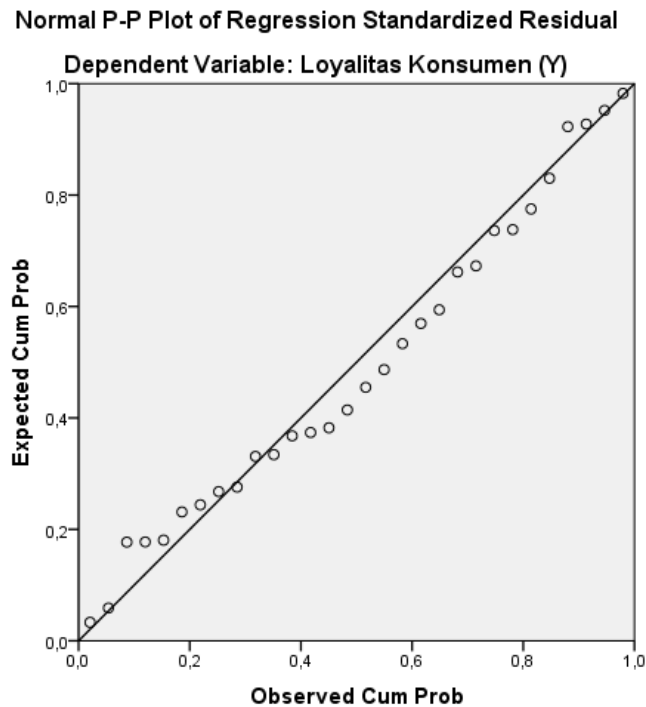
Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,682	5,105		1,113	,276		
	Kepuasan Pelanggan (X1)	,299	,139	,330	2,158	,041	,921	1,086
	Kualitas Produk (X2)	,319	,120	,417	2,655	,014	,873	1,145
	Citra Merek (X3)	-,119	,097	-,182	-1,233	,229	,989	1,011
	Kepercayaan (X4)	,210	,093	,346	2,261	,033	,920	1,087

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel independen Kepuasan Pelanggan (X1) bernilai VIF sebesar 1,086. Variabel Kualitas Produk (X2) bernilai VIF sebesar 1,145, Variabel Citra Merek (X3) bernilai VIF sebesar 1,145 dan variabel Kepercayaan (X4) bernilai VIF sebesar 1,087 sehingga seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10. Variabel independen Kepuasan Pelanggan (X1) bernilai tolerance sebesar 0,921. Variabel Kualitas Produk (X2) bernilai tolerance sebesar 0,837, Variabel Citra Merek (X3) bernilai tolerance sebesar 0,989 dan variabel Kepercayaan (X4) bernilai tolerance sebesar 0,920 sehingga seluruh variabel memiliki nilai tolerance > 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

#### **Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas memiliki tujuan dengan melihat pada variabel bebas mempunyai varian yang sama atau tidak. Dasar analisis penelitian data heterokedastisitas dalam penelitian ini yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang kemudian menyempit) maka dapat diartikan mengalami heterokedastisitas atau jika ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diartikan tidak mengalami heterokedastisitas. Untuk menganalisis data variabel dapat dilihat pada gambar scatterplot berikut ini:



Gambar 7. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa variabel dalam penelitian ini berdasarkan uji yang dilakukan dapat diartikan bahwa tidak mengalami heterokedastisitas dalam variabel yang digunakan karena tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik yang dihasilkan menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan uji heterokedastisitas pada variabel penelitian ini dapat terpenuhi sehingga data variabel dalam penelitian yang digunakan ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

### **Uji Hipotesis Penelitian**

#### **Uji t**

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh tingkat hubungan dan pengaruh pada satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis ini menggunakan Program *Statistical For Social Sciences* (SPSS) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	5,682	5,105		1,113	,276
	Kepuasan Pelanggan (X1)	,299	,139	,330	2,158	
	Kualitas Produk (X2)	,319	,120	,417	2,655	,014
	Citra Merek (X3)	-,119	,097	-,182	-1,233	,229
	Kepercayaan (X4)	,210	,093	,346	2,261	,033

Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Pada Uji t dilakukan pada tingkat  $\alpha = 5\%$  dengan pengujian dua arah (0,05). Nilai  $df = 30 - 3 - 1 = 26$  dan nilai signifikansi dua sisi 0,05 sebesar 1,706. Maka  $t_{hitung} = 1,706$ .

a. Kepuasan Pelanggan (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diatas pengaruh antara variabel Kepuasan Pelanggan (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,706 dan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,158 dengan arti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai yang dihasilkan sebesar  $2,158 > 1,706$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Jeruk Lemon dan Impor di Kota Medan. Dalam proses jual beli suatu barang konsumsi sangat diutamakannya kepuasan pelanggan, jika seorang pelanggan merasakan kepuasan dari penjual terhadap barang yang diterimanya, maka pelanggan akan menjadi loyal terhadap penjual dan akan membeli serta mengkonsumsi barang tersebut dari penjual ini sehingga dia mendapatkan kenyamanan serta rasa aman akan



barang yang sudah dibelinya. Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan maka akan membuat pelanggan semakin bertahan dan bertambah.

b. Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diatas pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,706 dan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,655 dengan arti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai yang dihasilkan sebesar  $2,655 > 1,706$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Jeruk Lemon dan Impor di Kota Medan. Konsumen sangat teliti dalam mengkonsumsi sebuah barang, hal yang paling utama diperhatikan adalah kualitas produk. Penjual harus sangat memperhatikan kualitas produk berarti ketika kualitas produk yang dimiliki sangat baik ketika ditawarkan kepada konsumen maka loyalitas dari konsumen akan semakin meningkat. Sehingga dapat memperoleh konsumen yang banyak dan setia terhadap penjual dan keuntungan yang didapatkan dapat semakin banyak dan bertambah.

c. Citra Merek (X3) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diatas pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,706 dan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1,233 dengan arti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai yang dihasilkan sebesar  $-1,233 < 1,706$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara Citra Merek

(X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Jeruk Lemon dan Impor di Kota Medan. Dalam kegiatan jual beli di pasar, citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dikarenakan sebagian konsumen tidak mengetahui berbagai jenis merk buah lemon yang ada di pasaran. Merk yang ditawarkan setiap perusahaan atau petani juga berbeda-beda, untuk konsumen yang dilapangan lebih mementingkan kualitas produk yang baik, tidak cacat, dan tidak mudah busuk sehingga lebih memikat ketertarikan konsumen untuk membelinya.

d. Kepercayaan (X4) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diatas pengaruh antara variabel Kepercayaan (X4) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,706 dan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,655 dengan arti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai yang dihasilkan sebesar  $2,261 > 1,706$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan (X4) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Jeruk Lemon dan Impor di Kota Medan. Setiap manusia menjalin hubungan baik dikarenakan ada rasa kepercayaan tiap individu begitupun hubungan antara penjual dan pembeli. Penjual memberikan kepercayaan terhadap konsumen dengan cara memberikan produk yang terjamin kualitasnya, tidak terjadi kebusukan, dan memberikan harga yang sesuai dengan pasaran. Konsumen akan merasa aman ketika berbelanja di pasar ini ketika pembeli dapat memberikan kepercayaan sepenuhnya agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang sudah dibeli.

## Uji F

Uji F bertujuan dalam mengetahui pada variabel bebas dengan bersama-sama memiliki pengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis ini menggunakan Program *Statistical For Social Sciences* (SPSS) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 8. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,445	4	7,861	5,333	,003 <sup>b</sup>
	Residual	36,855	25	1,474		
	Total	68,300	29			

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan data tabel uji f diatas dapat diketahui nilai dari hasil tabel anova sebagai berikut:

$$f_{hitung} = 5,333$$

$$f_{tabel} = 2,81$$

Untuk Uji t dilakukan pada tingkat  $\alpha = 5\%$  dengan pengujian dua arah (0,05). Nilai  $df = 50 - 3 - 1 = 46$  dan nilai signifikansi dua sisi 0,05 sebesar 2,74. Berdasarkan hasil pengujian diatas diperoleh  $f_{tabel}$  sebesar 2,74 dan diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 5,333 dengan arti bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai yang dihasilkan sebesar  $5,333 > 2,74$ .

## Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki tujuan mengetahui besaran nilai coefficient yang memaparkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat diperjelas oleh variabel independennya atau koefisien determinasi dipakai dalam mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian

ini dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square pada tabel *model summary* sebagai berikut:

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 <sup>a</sup>	,460	,374	1,214

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian regresi koefisien determinasi pada tabel *model summary* diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0,679. Hal ini berarti bahwa 67,90% variabel Loyalitas Konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Kepuasan Pelanggan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepercayaan (X4). Sedangkan sisanya sebesar 32,10% dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini seperti variabel harga dan promosi. Dalam variabel harga nantinya dapat berpengaruh dikarenakan harga yang ditawarkan setiap penjual berbeda-beda dilihat dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk usahatani lemon ini dan variabel promosi dapat berpengaruh dikarenakan cara promosi setiap penjual berbeda-beda sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membelinya.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS Statics 22 pada *multiple regression analysis* tentang pengaruh Kepuasan Pelanggan (X1), Kualitas Produk (X2), Citra Merek (X3), dan Kepercayaan (X4) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Jeruk Lemon Lokal dan Impor di Kota Medan, maka dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10. Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,682	5,105		1,113	,276
	Kepuasan Pelanggan (X1)	,299	,139	,330	2,158	
	Kualitas Produk (X2)	,319	,120	,417	2,655	,014
	Citra Merek (X3)	-,119	,097	-,182	-1,233	,229
	Kepercayaan (X4)	,210	,093	,346	2,261	,033

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan data tabel *coefficients* dapat dilihat persamaan regresi linier berganda pada variabel Kepuasan Pelanggan (X1), Kualitas Produk (X2), Citra Merek (X3), dan Kepercayaan (X4) adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Maka diperoleh hasil nilai  $Y = 5,682 + 0,299 X_1 + 0,319 X_2 + (-0,119) X_3 + 0,210 X_4$

Nilai yang diperoleh dari persamaan diatas menunjukkan bahwa terdapat 3 variabel bebas yaitu Kepuasan Pelanggan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepercayaan (X4) memiliki nilai koefisien yang bernilai positif dan 1 variabel bebas yaitu Citra Merek (X3) memiliki nilai koefisien yang bernilai negatif, dengan artian bahwa 3 variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai hubungan dan pengaruh yang searah terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y) dengan asumsi bahwa koefisien variabel Kepuasan Pelanggan (X1) memberikan nilai sebesar 0,299, Kualitas Produk (X2) memberikan nilai 0,319, dan Kepercayaan

(X4) memberikan nilai 0,210 yang berarti jika Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan dari Jeruk Lemon Lokal dan Impor dilakukan dengan baik dengan asumsi variabel bebas lain tetap, maka Loyalitas Konsumen akan mengalami peningkatan. Terdapat 1 variabel bebas dalam penelitian ini tidak mempunyai hubungan dan tidak memiliki pengaruh yang searah terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y) dengan asumsi bahwa koefisien variabel Citra Merek (X3) memberikan nilai sebesar -0,119 yang berarti variabel Citra Merek tidak memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tentang Analisis Loyalitas Konsumen Jeruk Lemon Lokal dan Impor di Kota Medan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan (X1) menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,158, Kualitas Produk (X2) menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,655, Citra Merek (X3) menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1,233 dan Kepercayaan (X4) menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,261.
2. Dalam loyalitas konsumen variabel Kepuasan Pelanggan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepercayaan (X4) memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Jeruk Lemon Lokal dan Impor di Kota Medan dan Variabel Citra Merek (X3) tidak memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Jeruk Lemon Lokal dan Impor di Kota Medan.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang dipaparkan, maka agar dapat meningkatkan Loyalitas Konsumen Jeruk Lemon Lokal dan Impor di Kota Medan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Penjual berusaha untuk melaksanakan inovasi baru berdasarkan strategi loyalitas konsumen dengan berusaha memperhatikan pasaran maka akan mengakibatkan semakin menarik pesat dalam membuat konsumen tetap setia menetapkan Jeruk Lemon Lokal dan Lemon Impor sebagai pilihannya.

2. Teruntuk peneliti selanjutnya agar sekiranya dapat meneruskan variabel lain seperti orientasi kewirausahaan, kelengkapan produk dan lainnya, sehingga ditemukan ide yang lebih sempurna dalam memaparkan faktor-faktor dari Loyalitas Konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2013. Manfaat Lemon Untuk Kesehatan. [http://medicastore.com/seminar/manfaat lemon untuk kesehatan.html](http://medicastore.com/seminar/manfaat%20lemon%20untuk%20kesehatan.html). Diakses November 2016.
- Anonim. 2006. Profil Tanaman Jeruk. <http://agroforestry.net/tti/Citrus-citrus.pdf>. Diakses November 2016
- Bungin. B. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia.
- Fransiska. E. P.2017. Pengaruh Konsentrasi Kulit Jeruk Lemon Terhadap Persepsi Konsumen Pada Yoghurt Susu Kambing (Skripsi). Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Hasan. Ali. 2014. Marketing dan Kasus-kasus Pilihan, Cetakan Kedua. Yogyakarta CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Ismi. N. U. 2020. Analisis Daya Saing Jeruk Lemon Lokal Dengan Jeruk Lemon Impor Berdasarkan Atribut Produk. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Khairi. S. S. 2020. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Konsumen Buah Lokal di Kota Medan. Fakultas Pertanian Universitas Sumatra Utara.
- Lestari. S. P. dan Muhammad . 2017. Tolak Ukur Daya Saing Antara Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor dilihat dari Sikap Konsumen di Kota Semarang. Prosiding Seminar Nasional and *Call for Papers* : Optimalisasi Tata Kelola Organisasi Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Dan Iklim Organisasi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNTAG Semarang, 15 Halaman.
- Mellyssa. J. R., Sayekti. W. D., Situmorang. S. 2013. Sikap dan Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Buah Jeruk Lokal dan Jeruk Impor di Bandar Lampung, JIA, VOLUME 1, NO.4
- Hasan. I. M . 2002. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta
- Nahluri. R. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jeruk Lemon Impor. . Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Sangadji. E. M., Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Offset.

- Statistik. B. P. 2020. Indonesia Dalam Angka 2020. Badan Pusat Statistik Indonesia. 759 Halaman.
- Suharsimi, A. 1993. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Penelitian*. Rineka Cipta.
- Sumarwan, U. 1999. Mencermati Pasar Agribisnis. Melalui Analisis Perilaku Konsumsi dan Pembelian Buah-buahan. *Majalah Agribisnis, Manajemen Dan Teknologi*. Manajemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Vol. 5 No.7.
- Sunarjono. H. 2013. *Bertanam 36 Jenis Sayur*. Jakarta: Penebar Swadaya..
- Yusuf. M. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan (Edisi Pert)*. Pt Fajar Interpratama Mandiri.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Data Responden Konsumen Jeruk Lemon Lokal

No.	Nama Konsumen	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan
1	Wati	Perempuan	40 Tahun	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
2	Reza Rahmansyah	Laki-laki	30 Tahun	Wiraswasta	3.000.000
3	Desy Rahma Sari	Perempuan	19 Tahun	Karyawan	3.500.000
4	Manisroh Sipahutar	Perempuan	50 Tahun	Ibu Rumah Tangga	2.500.000
5	Lusiana Nasution	Perempuan	45 Tahun	Wiraswasta	2.500.000
6	Maimuna Tambunan	Perempuan	50 Tahun	Wiraswasta	3.000.000
7	Khairil S	Laki-laki	21 Tahun	Mahasiswa	1.500.000
8	Pahlepi	Laki-laki	19 Tahun	Mahasiswa	1.000.000
9	Fazra Zahara	Perempuan	20 Tahun	Mahasiswa	2.000.000
10	Hafidz	Laki-laki	22 Tahun	Mahasiswa	1.000.000
11	Rara	Perempuan	19 Tahun	Mahasiswa	1.500.000
12	Tiara	Perempuan	19 Tahun	Mahasiswa	1.500.000
13	Sabila	Perempuan	30 Tahun	Ibu Rumah Tangga	2.000.000
14	Rendi Alamsyah	Laki-laki	27 Tahun	Karyawan	4.000.000
15	Yusuf	Laki-laki	29 Tahun	Karyawan	3.500.000

**Lampiran 2. Data Responden Konsumen Jeruk Lemon Impor**

<b>No.</b>	<b>Nama Konsumen</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Pendapatan</b>
1	M Reza Pahlevi	Laki-laki	42 Tahun	Wiraswasta	4.500.000
2	Lala	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa	1.500.000
3	Zahara	Perempuan	19 Tahun	Mahasiswa	2.000.000
4	Nurhayati	Perempuan	36 Tahun	Ibu Rumah Tangga	2.500.000
5	Suyanti	Perempuan	36 Tahun	PNS	5.000.000
6	Riani	Perempuan	41 Tahun	Ibu Rumah Tangga	3.000.000
7	Danu	Laki-laki	25 Tahun	Wiraswasta	3.500.000
8	Nasir	Laki-laki	32 Tahun	Karyawan	5.000.000
9	Firmansyah Syahputra	Laki-laki	30 Tahun	Karyawan	4.500.000
10	Kuswoyo	Laki-laki	33 Tahun	Karyawan	4.000.000
11	Rahma Maya Sari	Perempuan	22 Tahun	Karyawan	1.500.000
12	Tuti	Perempuan	35 Tahun	Ibu Rumah Tangga	1.500.000
13	Jumiati	Perempuan	35 Tahun	Ibu Rumah Tangga	2.000.000
14	Nurdin Simatupang	Laki-laki	41 Tahun	Wiraswasta	4.000.000
15	Budi Hardiyansyah	Laki-laki	25 Tahun	Karyawan	3.500.000

### Lampiran 3. Pembelian Jeruk Lemon Lokal

No.	Nama Konsumen	Pembelian (Kg)	Harga (Rp)	Total
1	Wati	1 Kg	10.000	10.000
2	Reza Rahmansyah	1 Kg	10.000	10.000
3	Desy Rahma Sari	1 Kg	15.000	15.000
4	Manisroh Sipahutar	1 Kg	20.000	20.000
5	Lusiana Nasution	1 Kg	20.000	20.000
6	Maimuna Tambunan	½ Kg	10.000	10.000
7	Khairil S	1 Kg	15.000	15.000
8	Pahlepi	½ Kg	9.000	9.000
9	Fazra Zahara	1 Kg	20.000	20.000
10	Hafidz	3 Kg	10.000	30.000
11	Rara	1 Kg	14.000	14.000
12	Tiara	1 Kg	15.000	15.000
13	Sabila	½ Kg	5.000	5.000
14	Rendi Alamsyah	2 Kg	12.000	24.000
15	Yusuf	3 Kg	15.000	45.000
Total		1,23 Kg	13.000	17.000

**Lampiran 4. Pembelian Jeruk Lemon Impor**

<b>No.</b>	<b>Nama Konsumen</b>	<b>Pembelian (Kg)</b>	<b>Harga (Rp)</b>	<b>Total</b>
1	M Reza Pahlevi	1 Kg	30.000	30.000
2	Lala	1 Kg	40.000	40.000
3	Zahara	1 Kg	32.000	32.000
4	Nurhayati	1 ½ Kg	40.000	60.000
5	Suyanti	2 Kg	35.000	70.000
6	Riani	1 Kg	37.000	37.000
7	Danu	½ Kg	30.000	15.000
8	Nasir	2 Kg	35.000	70.000
9	Firmansyah Syahputra	4 Kg	30.000	120.000
10	Kuswoyo	1 Kg	37.000	37.000
11	Rahma Maya Sari	1 Kg	40.000	40.000
12	Tuti	1 Kg	30.000	30.000
13	Jumiati	½ Kg	40.000	40.000
14	Nurdin Simatupang	1 ½ Kg	35.000	53.000
15	Budi Hardiyansyah	½ Kg	35.000	18.000
<b>Total</b>		<b>1,3 Kg</b>	<b>36.000</b>	<b>46.000</b>

**Lampiran 5. Atribut Kepuasan Konsumen**

<b>No Responden</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>	<b>Total</b>
1	5	5	5	4	3	22
2	4	4	4	5	4	21
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	4	5	4	21
7	4	4	4	4	4	20
8	3	5	5	5	3	21
9	5	5	5	4	5	24
10	4	4	5	5	4	22
11	4	4	5	5	5	23
12	4	4	4	5	4	21
13	5	5	5	4	5	24
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	4	5	24
17	4	4	4	5	4	21
18	4	4	5	5	4	22
19	5	5	5	5	5	25
20	4	4	5	5	4	22
21	5	5	5	4	5	24
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	5	5	25
24	4	5	5	5	4	23
25	3	5	5	5	5	23
26	4	4	4	5	5	22
27	4	4	4	5	5	22
28	4	4	4	4	5	21
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	3	5	5	23
<b>Total</b>	<b>132</b>	<b>137</b>	<b>139</b>	<b>142</b>	<b>136</b>	<b>686</b>

### Lampiran 6. Atribut Kualitas Produk

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
1	5	5	5	5	4	24
2	4	4	4	4	2	18
3	5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	4	21
5	2	2	5	3	3	15
6	5	5	5	4	4	23
7	4	5	5	5	4	23
8	5	2	4	4	5	20
9	4	4	4	5	4	21
10	4	5	5	4	2	20
11	5	4	4	5	4	22
12	5	5	4	4	5	23
13	4	4	5	5	5	23
14	5	5	4	4	5	23
15	5	4	5	5	4	23
16	4	5	4	3	3	19
17	5	5	4	5	5	24
18	2	5	5	5	4	21
19	4	4	5	4	5	22
20	2	4	5	4	5	20
21	5	5	5	5	5	25
22	2	4	5	5	5	21
23	2	5	4	4	5	20
24	4	4	4	5	4	21
25	5	3	5	5	5	23
26	5	4	5	4	2	20
27	2	4	4	4	4	18
28	5	4	4	4	5	22
29	4	3	3	3	4	17
30	3	4	4	4	5	20
<b>Total</b>	121	126	134	130	126	637



### Lampiran 7. Atribut Citra Merk

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
1	5	5	3	5	5	23
2	5	5	4	4	4	22
3	5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	3	3	16
5	5	5	4	5	4	23
6	4	4	4	4	5	21
7	4	4	5	4	3	20
8	5	5	5	5	4	24
9	5	5	4	4	5	23
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	4	2	21
12	2	4	4	5	5	20
13	4	4	5	4	4	21
14	5	5	4	2	3	19
15	4	4	5	4	4	21
16	5	5	4	4	5	23
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	5	4	4	21
19	4	4	5	4	4	21
20	5	5	5	5	4	24
21	5	5	4	4	5	23
22	5	5	5	5	4	24
23	4	4	5	4	5	22
24	3	3	4	5	4	19
25	4	4	5	5	5	23
26	5	5	4	4	5	23
27	4	4	4	5	4	21
28	2	5	5	5	5	22
29	5	5	5	4	2	21
30	5	5	4	5	2	21
Total	131	136	135	131	124	657

**Lampiran 8. Atribut Kepercayaan**

No Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total
1	4	4	5	4	5	22
2	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	3	19
5	4	4	4	5	4	21
6	2	5	5	4	4	20
7	5	5	5	4	4	23
8	2	2	5	5	5	19
9	4	4	4	4	4	20
10	5	5	5	5	4	24
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	5	5	22
13	3	3	3	4	4	17
14	4	4	4	5	4	21
15	4	4	4	4	5	21
16	5	5	4	5	5	24
17	2	5	5	5	4	21
18	4	4	5	4	5	22
19	2	4	5	4	5	20
20	4	2	5	2	4	17
21	5	5	4	5	5	24
22	4	4	5	4	4	21
23	5	5	2	2	5	19
24	4	4	2	2	3	15
25	4	2	2	4	4	16
26	5	5	2	5	5	22
27	4	4	4	4	5	21
28	3	3	5	3	2	16
29	4	4	5	4	5	22
30	5	5	4	5	4	23
Total	118	122	124	124	129	617

**Lampiran 9. Atribut Loyalitas Konsumen**

<b>No Responden</b>	<b>Y1</b>	<b>Y2</b>	<b>Y3</b>	<b>Y4</b>	<b>Y5</b>	<b>Total Y</b>
1	5	5	4	4	3	21
2	5	4	4	3	5	21
3	5	4	4	5	5	23
4	4	3	4	4	4	19
5	4	4	5	5	4	22
6	4	2	4	5	4	19
7	4	4	2	5	5	20
8	5	5	4	4	5	23
9	5	4	3	5	5	22
10	5	4	3	4	5	21
11	5	3	4	4	4	20
12	3	5	4	5	4	21
13	4	4	3	4	5	20
14	5	4	3	4	4	20
15	4	5	5	2	5	21
16	5	5	5	5	5	25
17	5	4	5	3	5	22
18	4	5	4	4	5	22
19	5	5	4	5	5	24
20	5	3	4	5	3	20
21	5	5	3	5	4	22
22	5	4	5	3	5	22
23	4	5	5	4	4	22
24	5	3	4	4	5	21
25	4	4	3	4	5	20
26	5	5	4	5	4	23
27	4	3	4	4	4	19
28	4	4	3	3	5	19
29	5	5	4	4	5	23
30	5	4	5	5	3	22
total	137	124	118	126	134	639

## Lampiran 10. Kuesioner Penelitian

### KUISIONER PENELITIAN

Hari/Tanggal :

No Responden :

Nama responden :

Kuesioner ini digunakan sebagai bahan skripsi mengenai “Analisis Loyalitas Konsumen Jeruk Lemon Lokal Dan Impor Di Kota Medan” oleh Ridho Labdima Manurung (1704300101) saya mohon partisipasi saudara untuk mengisi kuesionerini dengan teliti dan lengkap sehingga dapat menjadi data yang objektif. Informasi yang saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya, tidak untuk dipublikasikan, dan tidak untuk digunakan dalam kepentingan politis. Atas perhatian dan partisipasi saudara, saya ucapkan terima kasih.

#### A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin :

2. Usia :

3. Status Pernikahan :

Menikah                       Belum Menikah                       Lainnya ....

4. Pekerjaan :

Karyawan                       Wiraswasta                       Lainnya ....

Ibu Rumah Tangga                       PNS

Petani                       Nelayan

**PERNYATAAN KONSUMEN TENTANG PENGENALAN JERUK LEMON LOKAL**

1. Apakah anda sering mengkonsumsi jeruk lemon lokal?

- a. Ya
- b. Tidak

2. berapa harga per-kg jeruk lemon lokal yang biasa anda konsumsi?

=.....

3. berapa banyak jeruk lemon lokal yang anda beli dalam sekali pembelian?  
(kg)

=.....

4. apa kelebihan aja khasiat yang anda rasakan setelah mengkonsumsi jeruk lemon lokal?

=.....

5. Dari mana anda mengetahui jeruk lemon lokal tersebut?

- a. keluarga
- b. teman
- c. pasar
- d. televisi
- e. media sosial
- f. lainnya , .....

**PERNYATAAN KONSUMEN TENTANG PENGENALAN JERUK LEMON IMPOR**

1. Apakah anda sering mengkonsumsi jeruk lemon impor?
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. berapa harga per-kg jeruk lemon impor yang biasa anda konsumsi?  
=.....
3. berapa banyak jeruk lemon impor yang anda beli dalam sekali pembelian?  
(kg)  
=.....
4. apa kelebihan ata khasiat yang anda rasakan setelah mengkonsumsi jeruk lemon impor?  
=.....
5. Dari mana anda mengetahui jeruk lemon impor tersebut?
  - a. keluarga
  - b. teman
  - c. pasar
  - d. televisi
  - e. media sosial
  - f. lainnya , .....

**KEPUASAN PELANGGAN**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Apakah anda puas dengan jeruk lemon local					
Apakah anda puas dengan jeruk lemon Impor					
Anda membeli jeruk lemon lokal karena sesuai dengan selera anda					
Anda membeli jeruk lemon impor karena sesuai dengan selera anda					
Anda merasa jeruk lemon lebih bermanfaat bagi Kesehatan					

**KUALITAS PRODUK**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Saya merasa puas dengan rasa produk pada jeruk lemon lokal					
Saya merasa puas dengan rasa produk pada jeruk lemon impor					
Saya merasa lemon lokal memiliki manfaat yang lebih baik					
Saya merasa lemon impor memiliki manfaat yang lebih baik					
Saya merasa jeruk lemon memiliki bulir yang lebih banyak					

**CITRA MEREK**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Jeruk lemon lokal memiliki reputasi yang baik di masyarakat					
Jeruk lemon impor memiliki reputasi yang baik di masyarakat					
Jeruk lemon lokal memiliki banyak manfaat					
Jeruk lemon impor memiliki banyak manfaat					
Jeruk lemon memiliki kualitas yang lebih baik dari jeruk biasa					

**KEPERCAYAAN**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Lemon lokal memiliki kualitas yang lebih baik					
Lemon impor memiliki kualitas yang lebih baik					
Menurut konsumen jeruk lemon lokal dapat berpengaruh pada kesehatan					
Menurut konsumen jeruk lemon impor dapat berpengaruh pada kesehatan					
Jeruk lemon lebih banyak mengandung vitamin					

**JERUK LEMON LOKAL**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Konsumen memiliki Pandangan yang terpercaya pada jeruk lemon lokal					
Saya akan mereferensikan jeruk lemon lokal kepada orang lain					
Saya selalu membeli lemon lokal secara rutin					
Saya memilih jeruk lemon loka daripada lemon impor					
Saya akan selalu mencari informasi mengenai jeruk lemon lokal					

**JERUK LEMON IMPOR**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Konsumen memiliki Pandangan yang terpercaya pada jeruk lemon Impor					
Saya akan mereferensikan jeruk lemon Impor kepada orang lain					
Saya selalu membeli lemon impor secara rutin					
Saya memilih jeruk lemon impor daripada lemon lokal					
Saya akan selalu mencari informasi mengenai jeruk lemon Impor					



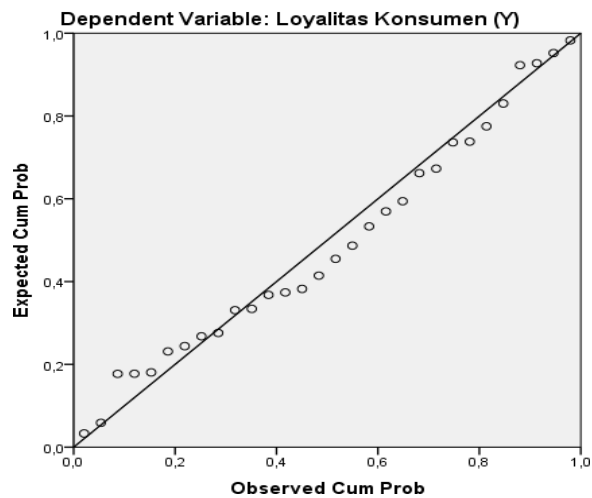
### Lampiran 11. Hasil SPSS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5,682	5,105		1,113	,276
	Kepuasan Pelanggan (X1)	,299	,139	,330	2,158	
	Kualitas Produk (X2)	,319	,120	,417	2,655	,014
	Citra Merek (X3)	-,119	,097	-,182	-1,233	,229
	Kepercayaan (X4)	,210	,093	,346	2,261	,033

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,12732264
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,093
	Negative	-,092
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

#### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

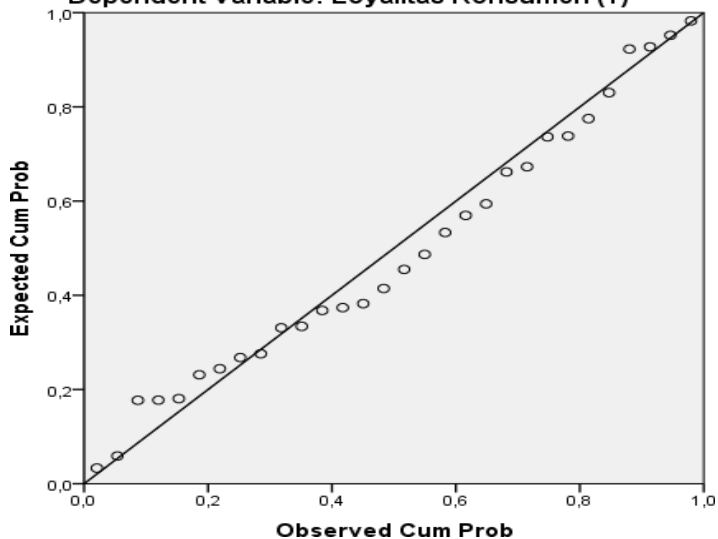


Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,682	5,105		1,113	,276	
	Kepuasan Pelanggan (X1)	,299	,139	,330	2,158	,041	1,086
	Kualitas Produk (X2)	,319	,120	,417	2,655	,014	1,145
	Citra Merek (X3)	-,119	,097	-,182	-1,233	,229	1,011
	Kepercayaan (X4)	,210	,093	,346	2,261	,033	1,087

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,445	4	7,861	5,333	,003 <sup>b</sup>
	Residual	36,855	25	1,474		
	Total	68,300	29			

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 <sup>a</sup>	,460	,374	1,214

Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian





