Didaktik : Jurnal Ilmiah FKIP Universitas Mandiri,
ISSN Cetak : 2477-5673 ISSN Online : 2614-722X
Volume 12 Nomor 01, Maret 2026

PENGARUH NILAI PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MR.DIY CABANG LASUSUA

Andi Zaskia Ramdhani[1], Andi Mappatompo[2], Muhammad Nur Abdi[3]

[1,2,3]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Makassar

[1]ramadhaniandi858@gmail.com, [2]andimbkdunismuh@gmail.com,

[3]mnurabdi@unismuh.ac.id

ABSTRACT

ANDI ZASKIA RAMADHANI. 2026. The Effect of Product Value and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Mr. DIY Lasusua Branch. Undergraduate Thesis. Department of Management. Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Andi Mappatompo and Muhammad Nur Abdi.

This study aims to analyze the effect of product value and customer satisfaction on customer loyalty at Mr. DIY Lasusua Branch. The research uses a quantitative approach with an associative method, which seeks to determine the relationship and influence among variables. The population of this study consists of all customers of Mr. DIY Lasusua Branch, with a sample of 150 respondents selected using purposive sampling techniques. Data were collected through the distribution of questionnaires using a Likert scale.

The data analysis techniques applied include validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and multiple linear regression analysis, assisted by SPSS software. The results of the study indicate that product value has a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, and, product value and customer satisfaction have a significant effect on customer loyalty at Mr. DIY Lasusua Branch.

Keywords: *Product Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Mr. DIY*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Mr. Diy Cabang Lasusua. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mr. Diy Cabang Lasusua, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala *Likert*.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda, dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta nilai produk dan kepuasan pelanggan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Mr. Diy Cabang Lasusua.

Kata kunci: Nilai Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Mr. DIY

A. Pendahuluan

Perkembangan industri ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai produk rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari. Persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk mampu memberikan nilai tambah kepada pelanggan agar tetap unggul di pasar.

MR.DIY merupakan salah satu perusahaan ritel yang menyediakan berbagai produk kebutuhan rumah tangga, perlengkapan kantor, aksesoris, hingga peralatan elektronik dengan harga yang terjangkau. Konsep “Always Low Prices” menjadi strategi utama perusahaan dalam menarik minat konsumen.

MR.DIY Cabang Lasusua hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Lasusua dan sekitarnya. Dengan berbagai pilihan produk dan harga yang kompetitif, toko ini menjadi salah satu alternatif utama bagi konsumen. Namun, dalam kondisi persaingan yang ketat, perusahaan tidak hanya dituntut menawarkan harga murah, tetapi juga harus mampu menciptakan nilai produk yang tinggi dan memastikan kepuasan pelanggan.

Nilai produk merupakan persepsi pelanggan terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan dibandingkan harga yang dibayar, maka semakin tinggi pula nilai produk di mata pelanggan. Nilai produk dapat dilihat dari kualitas, harga, desain, variasi, dan kegunaan produk.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja produk yang diterima. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten di masa yang akan datang serta tidak mudah berpindah ke

pesaing. Loyalitas sangat penting karena pelanggan yang loyal memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada MR. DIY Cabang Lasusua.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel.

Lokasi penelitian dilakukan pada MR. DIY Cabang Lasusua. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian di toko tersebut. Sampel ditentukan menggunakan teknik tertentu sesuai dengan metode yang digunakan dalam skripsi, dengan jumlah responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert lima poin.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

Nilai Produk (X1)

Indikator meliputi kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, desain produk, dan variasi produk.

Kepuasan Pelanggan (X2)

Indikator meliputi kesesuaian harapan, perasaan puas, dan pengalaman berbelanja.

Loyalitas Pelanggan (Y)

Indikator meliputi pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan komitmen untuk tidak beralih ke pesaing.

Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t untuk pengaruh parsial, uji F, serta uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi lebih besar dari r tabel sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach’s Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap nilai produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan toko kepada orang lain.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara nilai produk yang baik dan kepuasan pelanggan yang tinggi mampu menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat.

Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, MR. DIY Cabang Lasusua perlu mempertahankan kualitas dan variasi produk serta memastikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa nilai produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko MR. DIY Cabang Lasusua. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan nilai produk dan kepuasan pelanggan perlu menjadi prioritas utama dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, Rifa'i. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. 1st ed. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.

Aha fitriani, luis Armansyah. 2021 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan di Café Vanilla penyambungan.kuantitatif.

Arfah Maulana, Muhammad, Yuswari Nur, dan Andi Ummul Khair. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pt. Multi Media Grafika Makassar." *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 1 No. 3:119–31.

Amanda putri, (2020) Pengaruh Kualitasdt Produk dan Kualitas

Pelaynan Trehadap kepuasan Pelanggan Pada MIXUE ICE CREAM&THE.

Arikunto, Suharsimi. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. XIV. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 2014. *Manajemen Penelitian*. 3rd ed. Jakarta: Rineka Cipta.

Arrasyid, Mohammad Rizan dan Harun. 2008. "Analisis Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Sepeda Motor di Bekasi." *Jurnal Siasat Bisnis* 12 No. 2:134.

Azizah, Nur, and Chaimatusadiah. 2025. "Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9(1):6637–43.

Chandra, Tjiptono &. 2012. *Pemasaran Strategik*. 2nd ed. Yogyakarta: Andi Offset.

Deny Sudarajat, Hetty Karunia Tunjungsari, Hartanti Nugrahaningsih. 2024. *Pemasaran 5.0 Menciptakan Koneksi Di Era Digital*. 1st ed. Sumatera Barat: Takaza Innovatix Labs.

Effiyaldi, Dkk. 2022. "Penerapan Uji Multikolinieritas dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan* 1(2828–0296):95.

Et al Mahira 2021 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pelanggan Indihome. kuantitatif.

Hasan, Syamsurijal. 2020. *Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. edited by A. Marantika. Serang: Media Madani.

Hermanto. 2019. *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.

Ichsan Mohammad Adjunu, Andi Junna, Zulfia Abdussamad (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia Persiro Cabang.

Mahira (Kepuasan&Indihome 2021, Pengaruh produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome, kuantitatif.

Nur Hidayah, Muhammad Nur Abdi, dan Sahabuddin. 2025. "Pengaruh Keputusan Investasi , Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Bisnis Mahasiswa* Vol 5 No 3:1273.

Nuryadi, Dkk. 2017. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. 1st ed. Yogyakarta: Sibuku Media.

Maulana Endang A, Mappatompo Andi,Oesman Lawangka.2023.Pengaruh Promosi Media Sosial Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Pada Umkn Ayam Pozen Dapoesr di

Kota Makassar.

Mappatompo, A., & Wahyuddin. (2023). Statistik Bisnis (jilid 1). Widin.

Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Unitomi Press.

Sari R Pirhatono P 2021 Pengaruh Harga Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Syvrey Pelanggan Produk Sprei Rise, kuantitatif.

Prasetya, E. 2018. "Analitik Data Sebagai Pendukung Strategi Pemasaran di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Digital Nusantara,* 67.

Popon Srisusilawati, Dkk. 2023. *Loyalitas Pelanggan*. 1st ed. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

Simamora, Bilson. 2018. "Peran Sentuhan Manusia dalam Pemasaran Berbasis Data." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen,* 112.

Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kombinasi*. XIII. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supangat, Andi. 2014. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Infernsi Dan Nonparament* (Placeholder1)*rik*. IV. Jakarta: Prenadamedia Group.

Syafitri&Kusananto 2021. Pengaruh Pualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal.kuantitatif.

Sumual 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomatif Mantos.kuantitatif.

Rahayu Sri,Lela Nur laela Wati,2020 Pengaruh Kualitas Pelayanan Trehadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampak Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tamaulina Br. Sembiring, Dkk. 2024. *Buku Ajar Metodologi Peneliatan (Teori dan Praktik)*. 1st ed. Jawa Barat: CV Saba Jaya Publisher.

Tegowati, Dkk. 2024. *Pengembangan Produk*. 1st ed. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.

Untari, Dhian Tyas. 2018. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. 1st ed. Jawa Tengah: Pena Persada.