

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan industri kuliner di Kota Palembang mendorong meningkatnya persaingan di antara pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada segmen makanan pedas seperti seblak. Dalam kondisi pasar yang kompetitif, kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi faktor penentu keberlangsungan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Usaha Seblak Nabil Palembang. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 86 responden yang merupakan pelanggan dengan minimal dua kali kunjungan. Pengujian instrumen menunjukkan seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan reliabel, dengan nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas produk sebesar 0,951 dan loyalitas pelanggan sebesar 0,923. Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana yang menghasilkan persamaan $Y = 7,397 + 0,309X$. Hasil uji hipotesis (uji t) mendapatkan nilai t hitung sebesar 6,506 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,335, yang mengindikasikan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan 33,5% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan 66,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa konsistensi kualitas produk, yang meliputi cita rasa, kesegaran bahan baku, variasi menu, dan kebersihan penyajian, merupakan faktor determinan dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas pelanggan pada usaha kuliner berskala mikro.

Kata kunci: *kualitas produk, loyalitas pelanggan, UMKM kuliner, regresi linear sederhana, administrasi bisnis.*

ABSTRACT

The rapid growth of the culinary industry in Palembang has led to intensifying competition among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly in the spicy food segment such as seblak. In such a competitive market, a business's ability to maintain customer loyalty is a critical determinant of its long-term viability. This study aims to analyze the effect of product quality on customer loyalty at Seblak Nabil Palembang. A quantitative approach with a survey method was employed. Primary data were collected through questionnaires distributed to 86 respondents who had visited the establishment at least twice. Instrument testing confirmed that all statement items were valid and reliable, with Cronbach's Alpha values of 0.951 for product quality and 0.923 for customer loyalty. Data analysis using simple linear regression resulted in the equation $Y = 7.397 + 0.309X$. The hypothesis testing (t-test) showed a t-value of 6.506 with a significance level of 0.000 (< 0.05), indicating that product quality has a positive and significant partial effect on customer loyalty. The coefficient of determination (R^2) result of 0.335 indicates that product quality explains 33.5% of the variation in customer loyalty, while the remaining 66.5% is influenced by other factors outside the scope of this model. These findings confirm that consistent product quality—encompassing taste, freshness of ingredients, menu variety, and hygiene—is a decisive factor in building and sustaining customer loyalty in micro-scale culinary businesses. .

Keywords: *product quality, customer loyalty, culinary micro-enterprises, simple linear regression, business administration*