

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Alfamart pada Toko Alfamart Cabang Cikokol

The Effect of Product Quality on Customer Loyalty of Alfamart Mineral Water at Alfamart Stores Cikokol Branch

Mada Faisal Akbar^{1)*}, Hadion Wijoyo²⁾ & Adhi Wibowo³⁾

¹⁾Universitas Pamulang, Indonesia

²⁾ STMIK Dharmapala Riau, Indonesia

³⁾ Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso, Indonesia

Abstrak

Alfamart ini juga merupakan salah satu toko mini market Indonesia yang juga menerapkan pentingnya memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pelanggannya dan selalu berusaha memahami produk yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggannya. Dengan menawarkan berbagai macam produk air dalam kemasan, Alfamart berusaha untuk memuaskan dan memberi kemudahan pada setiap pelanggannya dalam melakukan transaksi pembelian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling jenuh dalam menentukan jumlah sampel. Berdasarkan jumlah populasi dan teknik sampling yang digunakan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden. Berdasarkan hasil penyebaran instrumen kualitas produk (x) kepada 75 pelanggan air mineral Alfamart menunjukkan bahwa, kualitas produk (x) pada air mineral, loyalitas pelanggan (y) pada air mineral Alfamart Cabang Cikokol Tangerang saat ini sudah baik. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan air mineral alfamart pada toko alfamart cabang Cikokol Tangerang menunjukkan bahwa, persamaan regresi linear sederhana $Y = 15,42 + 0,39 \cdot (x)$ artinya Persamaan ini dapat memperkirakan/memperhitungkan pengaruh dari kualitas produk (x) terhadap loyalitas pelanggan (y). jika kualitas produk (x) ditingkatkan satu-satuan, maka loyalitas pelanggan (y) akan meningkat menjadi 0,39 dan jika kualitas produk ditingkatkan menjadi 10 maka loyalitas pelanggan akan bertambah menjadi 3,9. Koefisien determinasi variabel kualitas produk (x) memberikan kontribusi sumbangan sebesar 41,90% terhadap variabel loyalitas pelanggan (y) pada Toko Alfamart cabang Cikokol Tangerang. Pada uji hipotesis t hitung $7,256 > t$ tabel 1,993, dengan demikian penelitian ini membuktikan bahwa "Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol"

Kata Kunci: Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Alfamart

Abstract

Alfamart is also one of the mini market stores in Indonesia which also applies the importance of providing the best service for each customer and always tries to understand the products that its customers need and want. By offering various kinds of bottled water products, Alfamart strives to satisfy and provide convenience to each of its customers in making purchase transactions. In this study, researchers used a saturated sampling technique in determining the number of samples. Based on the number of population and the sampling technique used, the number of samples in this study was 75 respondents. Based on the results of the distribution of product quality instruments (x) to 75 Alfamart mineral water customers, it shows that, product quality (x) in mineral water, customer loyalty (y) for mineral water at Alfamart Cikokol Tangerang Branch is currently good. The effect of product quality on customer loyalty of Alfamart mineral water at Alfamart store Cikokol Tangerang branch shows that, the simple linear regression equation $Y = 15.42 + 0.39 \cdot (x)$ means that this equation can estimate / calculate the effect of product quality (x) on customer loyalty (y). If the product quality (x) is increased one-by-one, customer loyalty (y) will increase to 0.39 and if the product quality is increased to 10 then customer loyalty will increase to 3.9. The coefficient of determination of the product quality variable (x) contributed 41.90% to the customer loyalty variable (y) at Alfamart Stores Cikokol Tangerang branch. In the hypothesis test t count $7,256 > t$ table 1,993, thus this study proves that "there is a significant effect of product quality on customer loyalty of Alfamart Mineral Water at Alfamart Stores Cikokol Branch"

Keywords: Product Quality, Customer Loyalty, Alfamart

How to Cite: Akbar, M.F., Wijoyo, H. & Wibowo, A., (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1): 29-39,

*E-mail: dosen02471@unpam.ac.id

ISSN: 2775-3794 (Online)

PENDAHULUAN

Perkembangan dalam bidang mini market juga pada saat ini sangat ketat sehingga menimbulkan persaingan – persaingan dalam usaha memberikan kualitas layanan dalam produk – produk yang tersedia khususnya di air mineral. Dampak dari adanya persaingan tersebut mengakibatkan turunnya tingkat penjualan sehingga perusahaan tidak mendapatkan hasil penjualan produk sesuai dengan yang diharapkan. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan berusaha untuk mencari strategi baru sehingga diharapkan dapat memperoleh pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada untuk meningkatkan hasil penjualannya.

Kotler (2009) adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Selain itu Menurut Kotler (2001), mengatakan bahwa “kualitas produk merupakan senjata strategis yang sangat potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.”

Tujuan kualitas produk adalah agar produk lebih disukai pelanggan, sehingga dapat lebih memacu penjualan produk. Semua itu demi harapan menciptakan suatu kesan positif atas suatu produk dimata pelanggan. Perusahaan dituntut untuk dapat menawarkan atau meningkatkan kualitas produk yang lebih unggul dari pesaing, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan (Mora, Z., et al., 2020; Latief, et al., 2019; Latief, et al., 2019).

Kualitas produk menurut kotler dan amstrong (2004) “*The Ability of a product to perform its functions*” yang berarti kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan pelanggan sehingga merupakan penunjang loyalitas pelanggan terhadap suatu produk. Salah satu keputusan yang sulit di hadapi suatu perusahaan adalah menciptakan kualitas produk yang baik. Banyak pesaing yang juga memiliki kualitas produk yang sama menjadikan perusahaan harus selalu berinovasi dalam memberikan kualitas produk yang lebih baik (Latief, et al., 2018; Syardiansah, et al., 2020; Haryati, et al., 2019).

Alfamart ini juga merupakan salah satu toko mini market Indonesia yang juga menerapkan pentingnya memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pelanggannya dan selalu berusaha memahami produk yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggannya. Dengan menawarkan berbagai macam produk air dalam kemasan, Alfamart berusaha untuk memuaskan dan memberi kemudahan pada setiap pelanggannya dalam melakukan transaksi pembelian. Berikut adalah data penjualan Alfamart

Terdapat penurunan penjualan air mineral merk Alfamart setiap tahunnya, yang diduga rendahnya kualitas produk air mineral merk Alfamart, serta tidak adanya penjelasan kepada pelanggan tentang kualitas produk air mineral merk Alfamart yang rentan mengalami kerusakan, selain itu penurunan penjualan juga diduga dipengaruhi oleh jenis ukuran air mineral yang dimiliki oleh Alfamart yang tidak selengkap dan ukuran air mineral dari competitor lainnya.

Jumlah quantity penjualan dari ketiga air mineral tersebut, air mineral merk Alfamart masih belum bisa mengalahkan kompetitor-kompetitor dari air mineral merk Aqua dan Vit, yang dimana jumlah penjualannya sangat tinggi dibanding penjualan jumlah quantity dari air mineral merk Alfamart.

Berdasarkan data transaksi penjualan air mineral merek Alfamart Cabang Cikokol, dapat diketahui bahwa struk penjualan selama kurun waktu November 2-15 s.d Mei 2016 diketahui berjumlah 75 struk / transaksi.

Jenis produk air mineral dari alfamart mempunyai pilihan jenis ukuran yang lebih sedikit dibanding dari perusahaan pesaing. jenis ukuran untuk sebuah produk sangatlah penting karena produk yang berkualitas dengan jenis yang mendukung dapat bersaing baik dengan perusahaan pesaing. Kualitas produk sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kuliatas produk menentukan terciptanya harga, model produk, hingga kemasan suatu produk.

Standard yang dimiliki oleh Alfamart belum memenuhi seluruh standard pangan indonesia, seperti Tidak ada gudang air mineral dan temperature suhu udara ini berfungsi untuk mengatur suhu udara di toko. Diduga karena tidak adanya kedua standard tersebut berpengaruh terhadap

penurunan minat beli air mineral alfamart, karena salah satu faktor yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan cara meningkatkan atau menawarkan kualitas produk sesuai apa yang diharapkan pelanggan.

Pendapat ini di dukung oleh jurnal penelitian Saidani, (2012), menyatakan bahwa terdapat peningkatan persentase kepuasan pelanggan namun dengan nilai kepuasan nilai rata –rata yang menunjukkan bahwa selama ini pelanggan hanya merasa puas terhadap pelayanan minimarket yang dinyatakan signifikan dan positif. Pendapat ini didukung juga oleh (2013) menyatakan bahwa kualitas pembelajaran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga berdampak loyalitas. Pendapat ini didukung oleh Dwi Ariani dan Febrina Rosinta dalam jurnalnya dari objek yang berbeda yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Pendapat ini dikuatkan lagi oleh Rachmad Hidayat dalam jurnalnya dengan obyek yang berbeda pula yang juga menyebutkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (2) kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (3) nilai bagi nasabah berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (4) kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantara oleh kepuasan nasabah, (5) kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah, (6) nilai bagi nasabah berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN

Terdapat banyak jenis penelitian, namun penelitian ini masuk kedalam penelitian asosiatif (gabungan dari jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif). Adapun pengertian penelitian asosiatif menurut Siregar (2014) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, mengontrol suatu gejala dalam penelitian

Menurut Siregar (2014) Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya. Berdasarkan tempat penelitian dan tabel data jumlah penjualan air mineral merk Alfamart maka yang menjadi populasi adalah sebanyak 75 pelanggan. Jumlah populasi ini peneliti ambil dari jumlah struk pembelian pelanggan air mineral Alfamart selama tahun 2015 s.d 2016.

Menurut Siregar (2014), Sampel adalah prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. maka sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel, bahkan probabilitas anggota tertentu untuk dipilih tidak diketahui, Siregar (2014). Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling* atau *incidental*, menurut Siregar (2014) *convenience* atau *incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja anggota populasi yang ditemui peneliti, dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel, atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling jenuh dalam menentukan jumlah sampel. Menurut Sugiyono (2010), sampling jenuh adalah teknik penentuan jumlah sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Berdasarkan jumlah populasi dan teknik sampling yang digunakan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden

Jenis data dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2010), Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut: Wawancara, Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Sugiyono (2010). Kuesioner, Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada



responden untuk dijawabnya. Sugiyono (2010). Observasi, Observasi/pengamatan digunakan bila penelitian berkenaan dengan manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responen yang diamati tidak terlalu besar. Sugiyono (2010:203).

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dilakukan dengan cara studi kepustakaan yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku-buku, artikel, literatur, surat kabar, dan sebagainya. Sugiyono (2010)

Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2010) Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, skala likert peneliti gunakan untuk memberikan skor masing-masing jawaban dari instrument kuesioner yang peneliti berikan kepada responden.

Table 1 Skala Pengukuran

Jawaban	Bobot/Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2010:133)

Metode Analisa Data

Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur. Syofian Siregar (2014:75).

Rumus uji validitas menurut Syofian Siregar (2014:77) adalah :

$$r_{hitung} = \frac{n \cdot \sum X_i X_t - (\sum X_i) \cdot (\sum X_t)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \cdot \{n \cdot \sum X_t^2 - (\sum X_t)^2\}}}$$

Dimana :

r = Hasil Validitas Instrumen yang dicari

n = Jumlah Sampel

$\sum X_i$ = Skor Butir Instrumen Pernyataan

$\sum X_t$ = Skor Total Butir Instrumen Pernyataan ke-n

$\sum X_i^2$ = Jumlah Skor Butir Instrumen yang di Kuadratkan

$\sum X_t^2$ = Jumlah Seluruh Instrumen yang di Kuadratkan

$\sum X_i X_t$ = Jumlah skor dari perkalian antara skor butir x dan y

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas dalam penelitian ini adalah :

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ butir instrument dinyatakan tidak valid

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir instrument dinyatakan valid

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2006:41) Suatu kusioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Dalam menghitung realibilitas instrumen, peneliti menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut :

$$r_{ca} = \left| \frac{k}{k-1} \right| \left| 1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_1^2} \right|$$

Dimana :

r_{ca} = Nilai reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_h^2$ = Jumlah varian butir seluruh instrumen

σ_1^2 = Varian total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus berikut:

$$\sigma h^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

σh^2 = Varian butir pernyataan ke - n

n = Jumlah responden/sampel

$\sum X_i$ = Skor jawaban subjek untuk butir pernyataan ke-n.

Sedangkan total varian dapat diperoleh dengan menggunakan rumus berikut :

$$\sigma 1^2 = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

σ_1^2 = Varian total

n = Jumlah responden/sampel

$\sum X_t$ = Total Skor Butir Instrumen

Dasar pengambilan keputusan dalam uji Reliabilitas menurut Ghazali (2006:42) adalah Instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien cronbach alpha lebih dari 0,60.

Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai alpha menurut Ghazali (2006:42) adalah :

Tabel 3. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach

Nilai Reliabilitas	Tingkat Reabilitas
0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel
0,60 s/d 0,79	Reliabel
0,40 s/d 0,59	Cukup Reliabel
0,20 s/d 0,39	Kurang Reliabel
0,00 s/d 0,19	Sangat Tidak Reliabel

Sumber : Ghazali (2006:42)

Uji Korelasi Product Moment

Menurut Sugiyono (2010:231) menyatakan, "Korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan terikat.

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum X_t Y_t - (\sum X_t) \cdot (\sum Y_t)}{\sqrt{\{(n \cdot \sum X_t^2 - (\sum X_t)^2)\} \cdot \{(n \cdot \sum Y_t^2 - (\sum Y_t)^2)\}}}$$

Dimana :

r_{xy} = Nilai Koefisien Korelasi Product Moment

n = Jumlah Sampel/Responden

$\sum X_t$ = Jumlah Skor Variabel X

$\sum Y_t$ = Jumlah Skor Variabel Y

$\sum X_t^2$ = Jumlah Kuadrat Skor Total Variabel X

$\sum Y_t^2$ = Jumlah Kuadrat Total Skor Variabel Y

$\sum X_t Y_t$ = Jumlah Perkalian Butir Variabel X dan Variabel Y

Untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan nilai koefisien yang diinginkan digunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2010 : 250)

Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut J. Supranto (2009:181) regresi linear sederhana untuk memperkirakan/memperhitungkan besarnya efek atau pengaruh dari perubahan suatu kejadian terhadap kejadian lainnya. Menurut J. Supranto (2009:181) Fungsi linear mempunyai persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b(x)$$

Rumus untuk mencari nilai a dan b adalah :

$$b = \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \bar{Y} - b \cdot \bar{X}$$

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Menurut Amos Neolaka (2014:30) koefisien determinasi adalah kadar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat (r^2). Koefisien determinasi dilambangkan r^2 .

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Uji Hipotesis

Pengertian Hipotesis Penelitian menurut Sugiyono (2010:97), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Dalam penelitian ini, peneliti menduga bahawa “Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol”. Penelitian ini perlu dibuktikan dengan pengujian-pengujian yang akan dilakukan pada analisa data.

Berdasarkan hal tersebut, maka alternative perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0 \rho = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol.

$H_a \rho \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol.

Untuk membuktikan kebenaran dugaan sementara yang telah ditetapkan, maka peneliti melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus t_{hitung} .

Rumus yang t_{hitung} menurut Sugiyono (2010:250) adalah :

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

Keterangan:

t = Nilai thitung

r = Koefisien korelasi *product moment*

n = Banyaknya sampel

a. Prosedur pengujian sebagai berikut :

- 1) Taraf error (α) = 0,05
 - 2) Taraf nyata = 95 %
 - 3) Derajat kebebasan = n-2
- b. Kriteria pengambilan keputusan :
- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dengan taraf 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat 2 (dua) variabel yang digunakan, yaitu :

1. Variabel Bebas (*independent*) yang disebut variabel Kualitas Produk
Menurut Sugiyono (2010) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat
2. Variabel Terikat (*dependent*) yang disebut variabel Loyalitas Pelanggan
Menurut Sugiyono (2010) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Tabel operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Operasional Variabel Penelitian

No	Indikator Kualitas Produk (X)	Kisi-Kisi nstrumen (Skala Likert)
1	Kinerja (Performance) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (Features) Keandalan (Reliability) Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to specification) Daya tahan (Durability) Pelayanan (Serviceability) Estetika (Aesthetic) Kualitas yang dipersepsikan (Perceived quality)	1 dan 2 3 dan 4 5 dan 6 7 dan 8 9 dan 10 11 dan 12 13 dan 14 15 dan 16
No	Indikator Kepuasan Pelelangan (Y)	Kisi-kisi Instrumen (Skala Likert)
2	Melakukan pembelian ulang secara teratur (makes regular repeat purchase) Membeli diluar produk atau jasa (purchase across product and service lines) Mereferensikan kepada orang lain, artinya menarik pelanggan baru untuk perusahaan (Refersh other) Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing (Demonstrates an immunity to the full of the competition)	1, dan 2 3 dan 4 5, 6 dan 7 8, 9 dan 10

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Produk Air Mineral Alfamart Pada Alfamart Cabang Cikokol

Analisa jawaban instrument kualitas produk (x) peneliti lakukan dengan menghitung jumlah skor masing-masing jawaban instrument yang diberikan oleh pelanggan, dari hasil jawaban ini emudian peneliti analisa kellebihan dan kekurangan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

Hasil perhitungan presentase diatas dapat disimpulkan bahwa, hasil penyebaran instrumen kualitas produk (x) kepada 75 pelanggan air mineral Alfamart menunjukkan bahwa, kualitas produk (x) pada air mineral Alfamart Cabang Cikokol Tangerang saat ini sudah baik, baiknya kualitas produk air mineral Alfamart dibuktikan dengan mayoritas rata-rata jawaban instrumen kuesioner yang menjawab skor sangat setuju (SS) sebesar 37,3% dan yang menjawab setuju (S) sebesar 42,9%.

Dalam meningkatkan kualitas produk air mineral merk Alfamart, PT Alfamart selaku produsen dan penjual harus meningkatkan pelayanan petugas Alfamart agar selalu

menginformasikan kepada pelanggan tentang produk Air Mineral Merk Alfamart, misalnya dengan menawarkan kepada pelanggan untuk membeli produk air mineral Alfamart, memajang produk air mineral ditempat yang mudah dilihat oleh pelanggan.

Loyalitas Pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Alfamart Cabang Cikokol

Analisa jawaban instrument loyalitas pelanggan (y) peneliti lakukan dengan menghitung jumlah skor masing-masing jawaban instrument yang diberikan oleh pelanggan, dari hasil jawaban ini kemudian peneliti analisa kelebihan dan kekurangan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

Hasil perhitungan presentase diatas dapat disimpulkan bahwa, hasil penyebaran instrumen loyalitas pelanggan (y) kepada 75 pelanggan air mineral Alfamart menunjukkan bahwa, loyalitas pelanggan (y) pada air mineral Alfamart Cabang Cikokol Tangerang saat ini sudah baik, baiknya loyalitas pelanggan air mineral Alfamart dibuktikan dengan mayoritas rata-rata jawaban instrumen kuesioner yang menjawab skor sangat setuju (SS) sebesar 37,9% dan yang menjawab setuju (S) sebesar 41,9%.

Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan air mineral merk Alfamart pada Alfamart cabang Cikokol, perusahaan sebaiknya menentukan strategi agar pelanggan air mineral tetap setia dalam membeli produk air mineral merk Alfa, misalnya dengan memberikan promosi penjualan produk air mineral merk Alfamart, promosi yang diberikan bisa dengan diskon, buy 1 get 1, atau dengan promosi lainnya. Hal ini dilakukan agar pelanggan tidak tertarik oleh produk lainnya yang menjadi kompetitor air mineral Alfamart.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol

Uji Korelasi Product Moment, Menurut Sugiyono (2010:231) menyatakan, “Korelasi digunakan untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas dan terikat. Dalam penelitian ini peneliti ingin menguji kekuatan yang diberikan kualitas produk air mineral alfamart terhadap loyalitas pelanggan air mineral alfamart pada Alfamart cabang Cikokol Tangerang. Adapun rumus yang digunakan adalah uji korelasi product moment.

Koefisien korelasi r_{xy} 0,6473 masuk kedalam interval dengan tingkat hubungan yang kuat, artinya : “kualitas produk memiliki hubungan yang kuat terhadap loyalitas pelanggan air mineral alfamart pada Toko Alfamart cabang Cikokol Tangerang”.

Uji Regresi Linear Sederhana. Menurut J. Supranto (2009:181) regresi linear sederhana untuk memperkirakan/memperhitungkan besarnya efek atau pengaruh dari perubahan suatu kejadian terhadap kejadian lainnya.

Dalam penelitian ini uji regresi linear sederhana peneliti lakukan untuk memperkirakan/memperhitungkan besarnya efek atau pengaruh dari perubahan yang terjadi pada kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Persamaan regresi linear sederhana $Y=a+b.(x)$ yang telah ditemukan adalah $Y = 15,42 + 0,39.(x)$. Persamaan ini dapat memperkirakan/memperhitungkan pengaruh dari kualitas produk (x) terhadap loyalitas pelanggan (y). jika kualitas produk (x) ditingkatkan satu-satuan, maka loyalitas pelanggan (y) akan meningkat menjadi 0,39 dan jika kualitas produk ditingkatkan menjadi 10 maka loyalitas pelanggan akan bertambah menjadi 3,9 dengan persamaan regresi menjadi $Y = 15,42 + 0,39.(10)$

Uji Koefisien Determinasi, Menurut Menurut Amos Neolaka (2014:30) koefisien determinasi adalah kadar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat (r^2). Koefisien determinasi dilambangkan r^2 .

Koefisien determinasi yang telah ditemukan adalah sebesar 41,90% artinya, variabel kualitas produk (x) memberikan kontribusi sumbangan sebesar 41,90% terhadap variabel loyalitas pelanggan (y) pada Toko Alfamart cabang Cikokol Tangerang, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Uji Hipotesis. Pengertian Hipotesis Penelitian menurut Sugiyono (2010:97), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang

diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Dalam penelitian ini, peneliti menduga bahwa “Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol”. Penelitian ini perlu dibuktikan dengan pengujian-pengujian yang akan dilakukan pada analisa data.

Berdasarkan hal tersebut, maka alternative perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0 \rho = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol.

$H_a \rho \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol.

Untuk membuktikan kebenaran dugaan sementara yang telah ditetapkan, maka peneliti melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan rumus t_{hitung} .

Berdasarkan hasil perhitungan t_{hitung} 7,256 dan kriteria dalam pengujian hipotesis maka dapat diketahui bahwa t_{hitung} 7,256 > t_{tabel} 1,993 dengan taraf 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian penelitian ini membuktikan kebenaran dari dugaan sementara dengan menetapkan “Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol”

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penyebaran instrumen kualitas produk (x) kepada 75 pelanggan air mineral Alfamart menunjukkan bahwa, kualitas produk (x) pada air mineral Alfamart Cabang Cikokol Tangerang saat ini sudah baik, baiknya kualitas produk air mineral Alfamart dibuktikan dengan mayoritas rata-rata jawaban instrumen kuesioner yang menjawab skor sangat setuju (SS) sebesar 37,3% dan yang menjawab setuju (S) sebesar 42,9%.

Berdasarkan hasil penyebaran instrumen loyalitas pelanggan (y) kepada 75 pelanggan air mineral Alfamart menunjukkan bahwa, loyalitas pelanggan (y) pada air mineral Alfamart Cabang Cikokol Tangerang saat ini sudah baik, baiknya loyalitas pelanggan air mineral Alfamart dibuktikan dengan mayoritas rata-rata jawaban instrumen kuesioner yang menjawab skor sangat setuju (SS) sebesar 37,9% dan yang menjawab setuju (S) sebesar 41,9%.

Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan air mineral alfamart pada toko alfamart cabang Cikokol Tangerang menunjukkan bahwa, persamaan regresi linear sederhana $Y = 15,42 + 0,39 \cdot (x)$ artinya Persamaan ini dapat memperkirakan/memperhitungkan pengaruh dari kualitas produk (x) terhadap loyalitas pelanggan (y). jika kualitas produk (x) ditingkatkan satu-satuan, maka loyalitas pelanggan (y) akan meningkat menjadi 0,39 dan jika kualitas produk ditingkatkan menjadi 10 maka loyalitas pelanggan akan bertambah menjadi 3,9. Koefisien determinasi variabel kualitas produk (x) memberikan kontribusi sumbangan sebesar 41,90% terhadap variabel loyalitas pelanggan (y) pada Toko Alfamart cabang Cikokol Tangerang. Pada uji hipotesis t_{hitung} 7,256 > t_{tabel} 1,993, dengan demikian penelitian ini membuktikan bahwa “Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol”

DAFTAR PUSTAKA

Abduloh, O. A., Juhadi, A. S., Mohammad Syaifuddin, B. E., Wahid Wachyu Adi Winarto, N. A., Muhtadi, W., Hendri Hermawan Adinugraha, A. P., ... & Muhammad Masruri, N. A. (2020). Effect of Organizational Commitment toward Economical, Environment, Social Performance and Sustainability Performance of Indonesian Private Universities. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(7), 6951-6973.

Buchari, A. (2005), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan ke 7, Bandung: Alfabeta.



<https://mahesacenter.org/>



ebmsjournal@gmail.com

37



- Buchari, A. (2007), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta,
- Daryanto. (2011), *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*, Bandung: Satu Nusa.
- Daud, A., Suharyanto, A., Diawati, P., Nguyen, P. T., & Shankarn, K. (2019). A Quantitative Analysis of Portfolio Governance Management for Product Innovation in Organization Management Systems. *Religación. Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(19), 262-267. Retrieved from <http://revista.religacion.com/index.php/religacion/article/view/753>
- Ghozali, I. (2006), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Cetakan keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, David L., Stanley B. Davis. (2000), *The Total Quality Approach to Quality Management*, 3rd ed., New Jersey: Prentice Hall.
- Griffin, J. (2005), *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga,
- Haryati, E., Suharyanto, A. Hasmayni, B. & Siregar, F.H. (2019). [The Effect of Work Environment and Work Stress on Employee Performance at PT Aneka Gas Industri Tbk](#) Research Article in Proceedings of the 2nd International Conference on Social Sciences and Interdisciplinary Studies (formerly ICCSSIS), ICCSSIS 2019, 24-25 October 2019, Medan, North Sumatera, Indonesia
- Haryati, E., Suharyanto, A. Hasmayni, B. & Siregar, F.H. (2019). [The Effect of Work Environment and Work Stress on Employee Performance at PT Aneka Gas Industri Tbk](#) Research Article in Proceedings of the 2nd International Conference on Social Sciences and Interdisciplinary Studies (formerly ICCSSIS), ICCSSIS 2019, 24-25 October 2019, Medan, North Sumatera, Indonesia
- Hasan, A. (2008), *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Hasibuan, M.S. P. (2008), *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Haudi, H. W., & Cahyono, Y. (2020). Analysis of Most Influential Factors to Attract Foreign Direct Investment. *Journal of Critical Reviews*, 7(13), 4128-4135.
- Haudi, H. W., & Cahyono, Y. (2020). Effect Of Product Innovation and Marketing Strategy on Consumer Purchase Decisions In Indonesia's Lightweight Roof Steel Industry. *Journal of Critical Reviews*, 7(13), 4147-4155.
- Haudi, H., Wijoyo, H., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kitchen Outlet Berbasis Online di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 11(2a), 9-16.
- Hurriyati, R. (2005), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P & Armstrong, G., (2004), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jilid 1, Jakarta: Indeks.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12. Jilid Ke 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium 2 (Diterjemahkan Oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli). Jakarta: PT. Prenhalindo,
- Kotler, P. (2005), *Manajemen Pemasaran*. Jilid Ke 1 dan 2, Jakarta: PT Indeks,
- Latief, A. Rosalina, D. & Apiska, D. (2019). Analisis Hubungan Antar Manusia terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 1 (3): 127-131.
- Latief, A. Zati, M.R. & Pribadi, K. (2018). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 10 (2): 167-172.
- Latief, A., Nurlina, N., Medagri, E., & Suharyanto, A. (2019). Pengaruh Manajemen Pengetahuan, Keterampilan dan Sikap terhadap Kinerja Karyawan. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 173-182. doi:<https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.12608>
- Lupiyoadi, R. (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Manulang, M. (2002), *Dasar-Dasar Manajemen*, cetakan keenam belas, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mora, Z., Suharyanto, A., Yahya, M., (2020). Effect of Work Safety and Work Healthy Towards Employee's Productivity in PT. Sisirau Aceh Tamiang, *Budapest International Research and Critics Institute*, 3(2): 753-760.
- Mowen, J.C. & Minor, M. (2002), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga.
- Nasution, M. N. (2005), *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia,
- Noelaka. A. (2014), *Metode Penelitian Dan Statistik*, Jakarta: Remaja Rosdakarya,
- Rangkuti, F. (2002), *The Power Of Brands*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,
- Robbins, S.P. & Coulter. (2004), *Manajemen*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Saladin, D. (2008), *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung: CV Linda Karya.
- Samsudin, S, (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Pustaka Setia.
- Shultz, W.J. (2001). *Marketing*. Newyork: Prentice Hall Inc.
- Simamora, H. (2005). *"Manajemen Sumber Daya Manusia"*, Cetakan pertama, Yogyakarta: YKPN.



- Siregar, S. (2014), *Satastatik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara,
- Siswanto, B. (2005), *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia pendekatan Administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Staton, W.J. (2002), *Prinsip Pemasaran*, terj. oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Erlangga,
- Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabet.
- Sutisna. (2003), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: PT. Remaja Posdakarya,
- Swastha, B. (2011), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Universitas Terbuka,
- Swastha, B., & Irawan. (2008), *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syardiansah, S., Latief, A., Daud, M. N., Windi, W., & Suharyanto, A. (2020). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Culture on Employee Performance of the Royal Hotel in East Aceh District. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 849-857.
- Tjiptono, F. (2008), *Bauran Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayu Media,
- Tjiptono, F. (2012), *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*". Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014), *Bauran Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset,
- Umar, H. (2005), *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pusat.
- Wijoyo, H. (2019). Determinant, Of Customer Value And Its Implication On Customer Satisfaction Private Hospital In Riau Province.
- Wijoyo, H. (2021). Persepsi Mahasiswa Tentang Aplikasi Chatting Signal. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 153-156.
- Wijoyo, H., & Marpaung, S. L. (2020). The Influence of Quality Information and Reputation Of TIX ID Application Toward the Interest of Purchase Tickets Online in XXI Cinema Ciputra Seraya Mall Pekanbaru City. *Jurnal Suluh Pendidikan*, 8(2), 9-21.
- Wijoyo, H., & Sunarsi, D. (2020). *Manajemen internasional*. CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Wijoyo, H., Limakrisna, N., & Suryanti, S. (2021). The effect of renewal privacy policy whatsapp to customer behavior. *Insight Management Journal*, 1(2), 26-31.
- Yahya, M., & Wijoyo, H. (2020). Developing School Information Program: Integrated Management System based on Character Value at SMP Negeri 9 Tapung. *International Journal of Asian Education*, 1(3), 179-186.