PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI KAPAL API PADA PT FASTRATA BUANA KOTA KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Jurusan Manajemen FE UNP

Oleh:

NIKEN PRATAMANDARI
NPM. 11.1.02.02.0227

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

NIKEN PRATAMANDARI
NPM: 11.1.02.02.0227

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI KAPAL API PADA PT FASTRATA BUANA KOTA KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/ Sidang Skripsi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal: .....

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. H. Samari	**Suhardi, SE., M.Pd.**
NIDN. 07120262D1	**NIDN. 0701105804**

ii

NIKEN PRATAMANDARI
NPM: 11.1.02.02.0227

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI KAPAL API PADA PT FASTRATA BUANA KOTA KEDIRI

Telah di pertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri
Pada tanggal:

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. H. Samari
2. Penguji I : Drs. Ichsannudin, M.M
3. Penguji II : Suhardi, SE., M.Pd.

Mengetahui,
Dekan FE

Dr. Subagyo
NIDN. 0717066601

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI KAPAL API PADA PT FASTRATA BUANA KOTA KEDIRI

NIKEN PRATAMANDARI
NPM. 11.1.02.02.0227
Ekonomi – Manajemen
Dr. H. Samari dan Sukardi, SE.,M.Pd

Abstrak: Penelitian ini dilatar belakangi dari hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa upaya meningkatkan kualitas produk dan kepuasan guna meningkatkan loyalitas pelanggan yang masih mengalami kendala. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial dan simultan.Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subyek penelitian adalah seluruh pelanggan kopi kapal api. Sampel di tentukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan responden 50 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan angket (kuesioner) dan studi dokumentasi. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa deskrisi presaentase dan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 0{,}800 + 0{,}456X_1 + 0{,}633X_2$. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kepuasan pelanggan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api Pada PT Fastrata Buana Kediri sebesar 61,3%. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa selain kualitas produk dan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan juga ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 38,7%.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang sekarang ini banyak bermunculan pengusaha – pengusaha baru yang menawarkan berbagai produk dengan strategi kemasan unik dan menarik, ada yang menawarkan produk dengan harga murah, dengan diskon yang menggiurkan dan masih

banyak lagi. Besarnya pangsa pasar oleh suatu produk tergantung pada pemasarannya. Oleh karena itu kualitas produk sangat perlu untuk diperhatikan agar pemasarannya dapat menembus pasar lokal hingga internasional.

Produk kopi Kapal Api ini juga merupakan produk yang populer di kalangan masyarakat, sehingga masyarakat tidak merasa ragu untuk mengonsumsinya, karena perusahaan ini sudah termasuk perusahaan terkemuka yang dirintis sejak tahun 1986 oleh Soedomo Mergonoto hingga sekarang yang akhirnya diwariskan pada penerusnya. PT Santos Jaya Abadi mewarisi tradisi sekental kopinya. Sebagai usaha keluarga pemilik merk kopi terbesar di Indonesia. Oleh karena itulah peneliti memilih PT Fastrata Buana sebagai subyek penelitian, karena PT Fastrata Buana merupakan cabang distribusi dari PT Santos Jaya Abadi yang dapat dipelajari mengenai bauran pemasaran dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan kopi Kapal Api.

LANDASAN TEORI

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah bagian yang terkandung dalam keseluruhan produk, yaitu fisik atau inti produk yang fungsinya meliputi daya tahan keandalan dan seluruh fitur tambahan yang diharapkan oleh konsumen (Graham, 2007:39).

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Konsumen adalah evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/ pemakaiannya (Fandy Tjiptono, 2004).

3. Loyalitas Pelangaan

Loyalitas Pelanggan adalah wujud perilaku dari unit – unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih (Griffin, 2010: 129).

Kerangka berfikir

Terdapat faktor dalam loyalitas pelanggan supaya pelanggan tersebut lebih tertarik dan berminat menjadi pelanggan kopi Kapal Api, faktor tersebut yaitu kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dengan adanya faktor tersebut, maka akan menambah tingkat konsumsi pada pelanggan sehingga mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan tersebut.Sehingga hubungan faktor-faktor tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

HIPOTESIS

H1: Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan kopi kapal api.

H2: Terdapat pengaruh yang positif antara kepuasan pelangaan dengan loyalitas pelanggan kopi kapal api.

H3: Terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kopi kapal api.

METODOLOGI PENELITIAN

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah konsumen kopi Kapal Api dan jumlah responden tidak terbatas. Sedangkan sampel yang digunakan adalah sebanyak 50 responden.

TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Untuk bisa melakukan analisis regresi berganda maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik, yaiatu:

1. Uji Normalitas
   Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak.
2. Uji Autokorelasi
   Uji autokolerasi digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lain.
3. Uji Multikolinieritas
   Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar varibel bebas.
4. Uji Heteroskedastisitas
   Uji heteroskedastisitas menguji sama atau tidaknya varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lainnya.
5. Analisis Regresi Linier Berganda
   Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk terhaadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun simultan.
6. Uji Parsial (Uji t)
   Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan maka perlu dilakukan uji t.
7. Uji simultan (uji F)
   Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap variabel terikat

yaitu loyalitas pelanggan secara bersama-sama.

HASIL ANALISIS DATA

1. Uji Asumsi Klasik
   a. Uji Normalitas

      Hasil uji *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Fakta untuk membuktikan bahwa produk regresi memenuhi asumsi normalitas, karena data dari hasil jawaban responden tentang kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah menyebar diantara garis diagonal.

   b. Uji Autokorelasi

      Hasil uji *Durbin Watson* (DW) yang dihasilkan adalah 1,806. Nilai du sebesar 1,59 Sehingga nilai DW yang 1,819 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,59 dan dan kurang dari (4 - du) yaitu (4 – 1,59) = 2,41. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) terletak pada dU < d < 4 – du yang berarti tidak ada autokorelaasi.

   c. Uji Multikolinieritas

      Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS versi 20 maka dapat diketahui bahwa dalam produk regresi tidak terjadi multikolinearitas atau korelasi yang sempurna antara variabel bebas, karena nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1.

   d. Uji Heteroskedastisitas

      Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bebas heterokedastisitas sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksi tingkat loyalitas pelanggan berdasarkan masukan variabel bebas atau independen yaitu kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

   Berdasarkan tabel regresi linier berganda, maka dapat dibuat persamaaan regresi berganda sebagai berikut :

   $$Y = 0{,}800 + 0{,}456X_1 + 0{,}633X_2$$

   a. Konstanta = 0,800

      Apabila variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (= 0), maka variabel Y

(loyalitas pelanggan) memiliki nilali sebesar 0,800

b. Koefisien Kualitas Produk (X_1)

Nilai koefisien kualitas produk menunjukkan angka sebesar 0,456 maka diasumsikan setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas produk akan diikuti kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0,456.

c. Koefisien Kepuasan Pelanggan (X_2)

Nilai koefisien kepuasan pelanggan menunjukkan angka sebesar 0,633 diasumsikan setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kepuasan pelanggan akan diikuti kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0,633.

3. Uji hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas produk diperoleh t_{hitung} = 2,957 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa H_1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F sebesar 39,771 dengan tingkat signifikasi 0,000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 dan F hitung jauh lebih besar dari F tabel yakni 2,798 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukan bahwa secara simultan H_4 yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan diterima

4. Koefisien Determinas

a. Parsial

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 20 diketahui bahwa kontribusi koefisien antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,396 sehingga dapat diketahui bahwa kontribusi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar $(0,396)^2$ sama dengan 0,1568 atau 15,68%. Besarnya koefisien antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,629 sehingga dapat diketahui bahwa kontribusi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

pelanggan sebesar $(0,629)^2$ sama dengan 0,3956 atau 39,56%.

2. Berdasarkan tabel *Model Summary* diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,613. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontribusi kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan adalah 61,3%.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan dari uji parsial yang diperoleh hasil koefisien sebesar 0,396 sehingga r^2 adalah $(0,396)^2$ = 0.1568 atau 15,68% yang berarti sumbangan efektif kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 15,68%. Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api Pada PT Fastrata Buana Kediri, karena memperoleh signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga Ha yang berbunyi "ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api Pada PT Fastrata Buana Kediri" diterima.
2. Pengaruh kepuasan kerja ditunjukkan dari uji parsial yang diperoleh hasil dari koefisien parsial sebesar 0,629 sehingga r^2 adalah $(0,629)^2$ = 0,3956 atau 39,56% yang berarti sumbangan efektif untuk kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 39,56%. Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api Pada PT Fastrata Buana Kediri, karena memperoleh signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga Ha yang berbunyi "ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api Pada PT Fastrata Buana Kediri" diterima.
3. Hasil analisa data simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kepuasan pelanggan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api Pada PT Fastrata Buana Kediri sebesar 61,3%. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa selain kualitas produk dan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan juga ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 38,7%.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penilaian ini pada dasarnya hanya untuk menguji tingkat loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api pada PT Fastrata Buana Kediri, khususnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api di PT Fastrata Buana Kediri. Dapat diamati dari dari hasil pembagian angket bahwa presentasi lebih banyak dalam mengkonsumsi kopi adalah pada kalangan laki – laki pada usia 21-35 tahun.

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Ada pengaruh signifikan positif antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api di PT Fastrata Buana Kediri.
2. Ada pengaruh signifikan positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api di PT Fastrata Buana Kediri.
3. Ada pengaruh signifikan positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api di PT Fastrata Buana Kediri.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka implikasi yang dapat dilakukan oleh PT Fastrata Buana Kediri terkait dengan hasil penelitian ini adalah:

1. Implikasi Teoritis
   a. Dapat dijadikan sebagai alat penambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk dan kepuasan pelanggan.
   b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan.
   c. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau studi pustaka bagi kegiatan penelitian selanjutnya serta bahan bacaan yang menarik.
2. Implikasi Praktis
   a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan atau pimpinan dalam upaya meningkatkan dan loyalitas pelanggan.
   b. Melakukan survei keperusahaan sejenis sehingga dapat menjaga

persaingan dengan perusahaan lain.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Manager Perusahaan

   Memperhatikan desain suatu produk supaya menarik minat membeli para konsumen serta memberikan informasi yang lebih tentang pengetahuan produk kepada konsumen agar konsumen lebih mengetahui kegunaan dan manfaat suatu produk sehingga bisa mempersepsikan produk dengan baik.

2. Bagi Karyawan

   Mempertahankan kualitas pelayanan yang baik dan berusaha untuk lebih meningkatkan sistem pelayanan agar lebih baik sehingga pelanggan merasa puas dan melalukan pembelian.

3. Bagi Mahasiswa Yang Meneliti

   Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengkaji faktor–faktor lain selain kualitas produk dan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga pengetahuan dapat lebih meluas.

DAFTAR PUSTAKA

Bachriansyah Amalina Rizky. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang).* Skripsi. Semarang: Ekonomi. Universitas Diponegoro.

Erida. 2009. Pengaruh Kepuasan dan Insentif terhadap Perilaku WOM (Word-Of-Mouth) Konsumen Jasa Angkutan Penumpang Bis Antar Kota Antar Provinsi Kelas Eksekutif di Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern,* 2009, 1 (1): 2085-972.

Ghazali Rizwar. 2010. *Analisis Pengaruh Lokasi Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Membeli Di Warung Internet XYZ Jl Singosari Kota Semarang*. Skripsi. Semarang: Ekonomi. Universitas Diponegoro.

Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Hendi Muhammad. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Hubungan Bisnis dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Tesis. Semarang: Magister Manajemen. Universitas Diponegoro.

Kotler Philip dan Amstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 8. Jakarta: Erlangga

Laili Nur dan Wijayanto Andi. 2013. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2009, 2 (1).

Musanto Trisno. 2004. Faktor – faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada CV Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2004, 2 (1): 123-136.

Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Swastha Basu, D dan Irawan, A. 2007. *Mamajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga: BPFE. Jakarta

Taufiqurrohman. 2008. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu pada Perusahaan Sepatu House Of Mr.Pienk*. Skripsi. Malang: Ekonomi. Universitas Islam Negeri Malang.

Tjiptono Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Wibowo Budi Luhur. 2010. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen ISP Telkomsel Speedy di Karanganyar*. Skripsi. Surakarta: Ekonomi. Universitas Sebelas Maret.

Wicaksana Viky Dean. 2007. *Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Centro Kuta-Bali*. Skripsi. Denpasar: Ekonomi. Universitas Udayana.

Widyaningtyas Richa. 2010. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina*. Skripsi. Semarang: Ekonomi. Universitas Diponegor