

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN YANG DIPENGARUHI OLEH
KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT DUNIA ALKES UTAMA DI KOTA TANGERANG**

Henny Sumiaty, Tin Agustina, dan Mohammad Bukhori

Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Institut Teknologi Dan Bisnis Asia Malang

Cici_liem@yahoo.com, tintinaagustina108@gmail.com, M.bukhori@asia.ac.id

ABSTRACT

PT. Dunia Alkes Utama is a retail business in Tangerang City that provides Pharmaceutical products and Medical Devices. The current phenomenon of conventional retail businesses tends to decline because it is eroded by online sales or online marketing which is increasingly widespread. The purpose of this research is to provide and analyze: 1) the influence of product quality on customer loyalty, 2) the influence of consumer trust on customer loyalty, and 3) the influence of satisfaction on customer loyalty. This research applies quantitative research method. This research was taken from who are already customers of PT Dunia Alkes Utama in the city of Tangerang. The population used in this study are customers who have bought and visited PT Dunia Alkes Utama with a sample of 100 respondents bay way of taking purposive sampling technique. The results provided explanation is: 1) PT Dunia Alkes Utama product quality had a positive effect on customer loyalty at PT Dunia Alkes Utama 2) PT Dunia Alkes Utama customer trust had a positive effect on customer loyalty at PT Dunia Alkes Utama 3) PT Dunia Alkes Utama customer satisfaction had a positive effect on customer loyalty PT Dunia Alkes Utama.

Keywords: product quality, consumer trust, loyalty, satisfaction

ABSTRAK

PT. Dunia Alkes Utama adalah satu bisnis retailing di Kota Tangerang yang menyediakan produk Farmasi dan Alat Kesehatan. Fenomena saat ini bisnis ritel yang bersifat konvensional cenderung menurun karena tergerus dengan penjualan online atau pemasaran secara online yang semakin marak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dan menganalisa: 1) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, 2) pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, dan 3) pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Jenis dari penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan PT Dunia Alkes Utama di kota Tangerang. Populasi didalam penelitian yang dilakukan ini adalah pelanggan yang sudah menjadi member di PT Dunia Alkes Utama dengan total sampel penelitian dengan jumlah responden 100 orang, dengan menggunakan teknik sampling *purposive sampling*. Hasil penelitian ini ialah bahwa 1) kualitas produk PT Dunia Alkes Utama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT Dunia Alkes Utama 2) kepercayaan pelanggan PT Dunia Alkes Utama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT Dunia Alkes Utama 3) kepuasan pelanggan PT Dunia Alkes Utama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT Dunia Alkes Utama.

Kata Kunci: kualitas produk, kepercayaan konsumen, loyalitas, kepuasan

PENDAHULUAN

Maraknya penjualan *online* yang berkembang pesat, sehingga banyak outlet konvensional tutup seperti yang baru saja diberitakan oleh PT. Matahari Departemen Store akan menutup sejumlah belasan gerai di Indonesia pada tahun ini dikarenakan terus mengalami kerugian. Tak bisa dielakan fenomena ini terjadi juga pada perusahaan retail Inggris *Marks & Spencer* di negara asalnya yang terletak di kota London yang menutup 14 gerai pada tahun 2018 (kompas.com 2018). Konsultan properti Jones Lang LaSelle (JLL) di kantornya (2018) menilai sejumlah ritel yang berguguran dan menutup toko bukan karena pelemahan daya beli, melainkan juga bisa disebabkan oleh tujuan konsep dari ritel yang bersangkutan untuk mengganti metode penjualan secara online (*e-commerce*).

Seperti kita ketahui, belanja secara daring ialah suatu cara cepat yang membuat konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan tanpa harus pergi ke pasar atau tempat belanja lainnya dan memakan waktu. Bagi penyedia produk, sistem belanja daring cukup memudahkan penyediaan barang dengan lebih hemat biaya operasional dan efisiensi tenaga kerja. Dengan bantuan aplikasi di *smart phone* seorang konsumen bisa sangat mudah mencari keinginan dan kebutuhannya dengan mudah, didukung dengan aplikasi pembayaran yang banyak bermunculan untuk memudahkan pembayaran tanpa repot mengeluarkan uang secara fisik.

Dengan demikian juga hal ini merupakan tantangan bagi toko-toko konvensional yang masih menjual produk mereka secara onsite.

Dalam strategi pemasaran produk secara retail sangat berbeda dengan pemasaran hal yang bersifat jasa dan berbeda pula dengan pemasaran produk secara online. Pemasaran

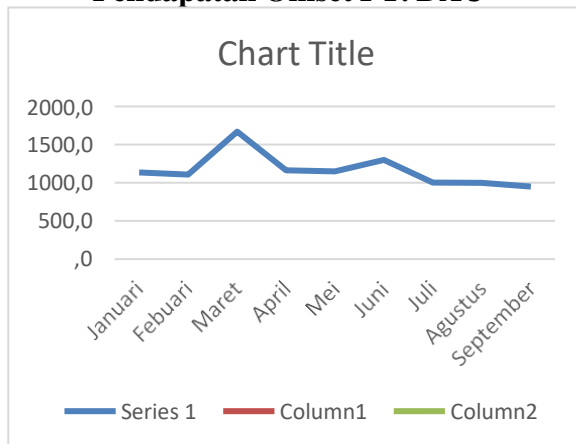
produk retail memiliki hubungan yang fleksibel atau dinamis dalam transaksi, yaitu bertemunya pembeli dan penjual, di mana terdapat tawar-menawar dan komunikasi antara pembeli dan penjual sehingga terjadi kesepakatan antara pembeli dan penjual. Retail adalah penjualan barang atau produk kepada pengguna secara langsung, bukan untuk tujuan dijual oleh si konsumen itu sendiri, tetapi untuk digunakan langsung oleh si pembeli.

PT. Dunia Alkes Utama adalah suatu perusahaan yang menyediakan produk retail dalam bidang farmasi dan alat kesehatan. Dengan pengalaman 17 tahun di bidang retail sejak tahun 2004 hingga kini berusaha menyediakan produk-produk berkualitas dan terpercaya. Berawal dari 1 (satu) buah Apotek di Pasar Induk Tangerang hingga sekarang ini PT. Dunia Alkes Utama memiliki 7 cabang di Provinsi Banten. Hingga pada tahun 2018 PT. Dunia Alkes Utama memiliki 2472 member aktif, semuanya disesuaikan dengan visi dan misi yang dibangun yaitu memiliki *good price*, *good service* dan *good education*. Mempunyai makna memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam segi harga yaitu memberikan harga yang terbaik dan sesuai dengan kualitas produk, dalam segi servis yaitu dengan memberikan servis yang terbaik kepada pelanggan mengenai produk ataupun terhadap keluhan pelanggan terhadap pelayanan dari PT. Dunia Alkes Utama, dan dalam segi edukasi yaitu memberikan pengetahuan dan memberikan informasi yang akurat dan sesuai dalam hal penggunaan obat maupun alat kesehatan yang akan memenuhi kebutuhan pelanggan, dengan 3 hal tersebut diharapkan memunculkan loyalitas pelanggan bagi perusahaan.

Melihat kondisi sekarang ini dengan maraknya penjualan online dan banyaknya timbul pesaing-pesaing baru dalam dunia farmasi dan alat kesehatan, PT. Dunia Alkes

Utama mengalami omset penjualan yang menurun, yang akan digambarkan menurut tabel di bawah ini, berdasarkan laporan pendapatan pada bulan Januari 2021 sampai dengan bulan September 2021:

Gambar 1.1
Pendapatan Omset PT. DAU



Dari gambar 1.1 di atas, dilihat bahwa ada penurunan omset di bulan Februari 2021, walaupun ada kenaikan karena kebutuhan alat kesehatan dalam pandemi Covid 19 gelombang kedua di bulan Maret 2021 dan bulan Juni 2021. Walaupun demikian PT. Dunia Alkes Utama tetap mengalami penurunan omset hingga bulan September 2021. Melihat fenomena ini PT. Dunia Alkes Utama ingin terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan dan servis purna jual sehingga dapat memberikan kepuasan pada pelanggan yang otomatis memberikan loyalitas kepada perusahaan.

PT. Dunia Alkes Utama terinspirasi untuk membuat alkes mart dan memberikan ruang serta kenyamanan para pelanggan untuk memilih produk yang sesuai keinginan pelanggan. Selain itu PT. Dunia Alkes Utama menyiapkan para karyawan dalam segi pelayanan berkualitas dan memiliki rasa kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan serta terus berupaya meningkatkan sumber daya agar memahami setiap produk yang akan ditawarkan kepada pelanggan, sehingga menimbulkan rasa

percaya dan aman akan produk yang ditawarkan.

PT. Dunia Alkes Utama akan terus mengembangkan kualitas produk (keaslian produk) dan pelayanan yang berkualitas sehingga timbul rasa percaya pelanggan kepada PT. Dunia Alkes Utama. Meskipun banyaknya penjualan secara online dan pesaing-pesaing baru muncul, PT. Dunia Alkes Utama akan terus memberikan kepercayaan dan rasa puas dalam hal kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan.

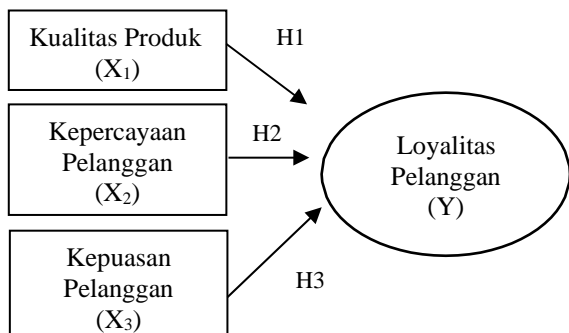
Peneliti tertarik untuk meneliti tentang loyalitas pelanggan di PT. Dunia Alkes Utama yang dipengaruhi variabel kualitas produk, kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap outlet PT. Dunia Alkes Utama serta kepuasan pelanggan kepada PT. Dunia Alkes Utama, dan penelitian ini berjudul “Analisis Loyalitas Pelanggan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Pada PT Dunia Alkes Utama Di Kota Tangerang.”

Perumusan dari masalah penelitian ini ialah (1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Dunia Alkes Utama? (2) Apakah kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Dunia Alkes Utama? (3) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Dunia Alkes utama?

METODE PENELITIAN DAN KERANGKA KONSEP

Penelitian ini memiliki kerangka konsep penelitian sebagai berikut:

Gambar 1.2 Kerangka Konsep

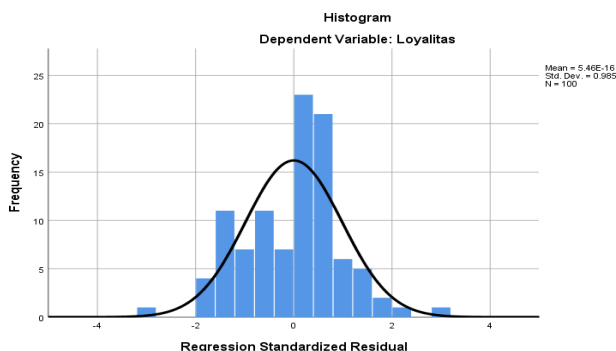


HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar 1.3



b. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Rank Spearman

Tabel 1.1

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
X ₁	0.593	0,05	Homoskedastisitas
X ₂	0.267	0,05	Homoskedastisitas
X ₃	0.557	0,05	Homoskedastisitas

Berdasarkan tabel di atas dengan menggunakan rumus dari *rank spearman* diketahui bahwa nilai diatas nilai kritis yakni > 0,05. Hal tersebut berarti model yang di estimasi bebas tidak terikat dari heteroskedastisitas.

c. Hasil Uji Multikolinieritas dengan Metode VIF

Tabel 1.2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.500	.822		-.608	.545
1 Kualitas Produk	0.152	.071	.289	2.151	.034
1 Kepercayaan	0.278	.129	.264	2.163	.033
1 Kepuasan	0.370	.123	.349	3.016	.003

a. Dependent Variable: Loyalitas

Variabel	VIF	Nilai Kritis	Keterangan
X ₁	6.917	5	Tidak terkena multikolinieritas
X ₂	5.685	5	Tidak terkena multikolinieritas
X ₃	5.122	5	Tidak terkena multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengujian dalam hal multikolinieritas dengan metode VIF, nilai VIF < 10, menjelaskan bahwa semua variabel bebas tidak terjadinya multikolinieritas, sehingga tidak meimbulkan atau membiaskan analisa.

Uji Hipotesis (Analisis Regresi Linier Berganda)

Tabel 1.3 Regresi Linier Berganda

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan oleh hasil pengujian regresi linier berganda antara variabel bebas yaitu, kualitas produk, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tersebut dapat di susun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 500 + 0,152X_1 + 0,278X_2 + 0,370X_3 + 0.05$$

Berdasarkan hasil analisa data dan persamaan regresi tersebut, dapat disimpulkan dan didapati beberapa hal berikut ini:

- 1) Nilai konstanta sebesar 0.500 menunjukkan nilai murni variabel loyalitas pelanggan PT Dunia Alkes Utama tanpa dipengaruhi oleh variabel-variabel independen.
- 2) Nilai regresi (β_1) kualitas produk sebesar 0,152 menunjukkan ada kontribusi variabel kualitas produk, artinya apabila kualitas produk PT Dunia Alkes Utama meningkat 1 (satu) maka akan diikuti peningkatan loyalitas pelanggan sebesar nilai regresi tersebut.
- 3) Nilai regresi (β_2) kepercayaan sebesar 0,278 menunjukkan adanya kontribusi variabel kepercayaan, artinya apabila kepercayaan pelanggan PT Dunia Alkes Utama meningkat 1 (satu) satuan, akan diikuti penguatan loyalitas pelanggan sebesar nilai regresi tersebut.
- 4) Nilai regresi (β_3) kepuasan sebesar 0.370 menunjukkan ada kontribusi kepuasan, artinya apabila variabel kepuasan pelanggan PT Dunia Alkes Utama meningkat 1 (satu) maka akan diikuti peningkatan loyalitas pelanggan sebesar nilai regresi tersebut.

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.749	.741	1.137

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kepercayaan, Kualitas Produk

Hasil regresi dengan cara perhitungan rumus OLS diperoleh R^2 (Koefisien Determinasi) sebesar 0,749, berarti variabel loyalitas pelanggan PT Dunia Alkes Utama dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kepuasan secara bersama sebesar 74,9%, sedangkan persentase lainnya sebesar 25,1% dijelaskan oleh variabel luar dari model penelitian.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 1.5

Model		Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
1	(Constant)	-.500	.822		-.608	.545
	Kualitas Produk	.152	.071	.289	2.151	.034
	Kepercayaan	.278	.129	.264	2.163	.033
	Kepuasan	.370	.123	.349	3.016	.003

a. Dependent Variable: Loyalitas

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	370.299	3	123.433	95.452	.000 ^b
Residual	124.141	96	1.293		
Total	494.440	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kepercayaan, Kualitas Produk

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik)

Pembahasan

Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa pelanggan di PT. Dunia Alkes Utama memiliki loyalitas yang cukup tinggi dengan hasil di atas rata-rata dari setiap variabel penelitian. Hal ini dapat dikatakan jika pelanggan PT. Dunia Alkes Utama masih tertarik terhadap outlet PT. Dunia Alkes Utama yang saat ini memiliki sifat penjualan konvensional dan pelanggan masih bersedia datang untuk berbelanja ke outlet.

1. X_1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisa menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Dunia Alkes Utama dengan (nilai **sig t-hitung** (0,034) < *Level of Significant* (0,05)) sehingga Hipotesis pertama **Diterima**. Hal ini dapat diartikan bahwa jika kualitas produk PT. Dunia Alkes Utama meningkat, maka tingkat loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama akan meningkat begitu juga

sebaliknya jika kualitas produk PT. Dunia Alkes Utama menurun maka tingkat loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama akan menurun.

2. X₂ Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama dengan (nilai **sig t**-hitung (0,033) <Level of Significant (0,05)) sehingga Hipotesis kedua **Diterima**. Hal ini dapat diartikan bahwa jika kepercayaan pelanggan PT. Dunia Alkes Utama meningkat, maka tingkat loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama akan meningkat, begitu juga sebaliknya jika kepercayaan pelanggan PT. Dunia Alkes Utama menurun maka tingkat loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama akan menurun.

3. X₃ Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisa menjelaskan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama dengan (nilai **sig t**-hitung (0,003) <Level of Significant (0,05)) sehingga Hipotesis ketiga **Diterima**. Hal ini dapat diartikan bahwa jika kepuasan pelanggan PT. Dunia Alkes Utama meningkat maka tingkat loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama akan meningkat begitu juga sebaliknya jika kepuasan pelanggan PT. Dunia Alkes Utama menurun maka tingkat loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama akan menurun.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dijelaskan di atas, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk PT. Dunia Alkes Utama berpengaruh positif dan signifikan

terhadap loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama.

2. Kepercayaan pelanggan PT. Dunia Alkes Utama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama.
3. Kepuasan pelanggan PT. Dunia Alkes Utama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Dunia Alkes Utama.

Saran

1. Bagi PT. Dunia Alkes Utama

PT. Dunia Alkes Utama disarankan untuk meningkatkan servis purna jual kepada pelanggan dan diharapkan menyediakan kualitas produk yang lebih baik serta dapat ditingkatkan *product knowledge* dari karyawan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan memberikan produk yang terbaik dan sesuai kebutuhan pelanggan.

Selain itu diharapkan PT. Dunia Alkes Utama meningkatkan dalam segi kualitas produk dan layanan (*Customer Service*) yang terbaik agar tidak terjadi penurunan loyalitas pelanggan.

Yang terakhir, diharapkan PT. Dunia Alkes akan selalu terus meningkatkan kepuasan pelanggan agar produk yang dibeli sesuai kebutuhan dan pelanggan merasa produk yang dibeli mempunyai manfaat yang tepat bagi mereka.

2. Pada Penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya terbatas kepada loyalitas pelanggan dengan menggunakan variabel Kualitas Produk, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen. Penelitian selanjutnya, dapat menambah variabel independen lain agar dapat dijadikan sebagai perbandingan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan, 2001, **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty, Yogyakarta
- Cooper, D,R, dan emory, C,W, 1998, **Metode Penelitian Bisnis**, Erlangga, Jakarta
- Fandy Tjiptono , 2002, **Strategi Pemasaran**, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotler dan Amstrong, 1997, **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Erlangga, Jakarta, 2001, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga,
- Gronroos, C, 1994, “**The Marketing Strategy Containum: Toward A Marketing Concept for The 1990’s**”, Management Decision 29(1): 7-13
- Kotler, 2000, **Manajemen Pemasaran**, Jilid 2, Bumi Aksara, Jakarta
- Kotler, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Edisi Milenium, Jakarta: PT, Prenhallindo
- Kotler, 2005, **Manajemen Pemasaran**, Jilid 1, PT, Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Melani, Agustina. Matahari Department Store Bakal Tutup 6 Gerai pada 2021 (02 Feb. 2021 <https://m.liputan6.com/saham/read/4472989/matahari-department-store-bakal-tutup-6-gerai-pada-2021> (diakses pada tanggal 16 Maret 2021)
- Nurdyastuti, Awatara (2018), **Peran Kualitas Pelayanan Dan Hubungan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank JATENG Cabang Surakarta**, Tesis STIE Adi Unggul Bhirawa , Surakarta
- Prahara, Haris. Kompas.com. Marks and Spencer Tutup Pusat Distribusi di London.
<https://properti.kompas.com/read/2018/01/18/100000421/marks-and-spencer-tutup-pusat-distribusi-di-london>
- Rizky Nur Dias Astuty, 2012, **Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Penyajian, Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Merefrensikan Catering AL-Maidah Di Cilacap**, Tesis Universitas Diponegoro, Semarang
- <https://majoo.id/solusi/detail/kualitas-produk>
- <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/FRKM/article/view/2538>