

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. DUTA ABADI PRIMANTARA**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**ANDIKA PRAWIRA**

**20150500076**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN**



**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

**2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. DUTA ABADI PRIMANTARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar  
Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis  
Universitas Buddhi Dharma Tangerang  
Jenjang Pendidikan Strata 1**

**Oleh:**

**ANDIKA PRAWIRA**

**20150500076**



**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG  
2019**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Andika Prawira  
NIM : 20150500076  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Pada PT. Duta Abadi Primantara.

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Tangerang, 13 Juni 2019

Menyetujui,  
Pembimbing,

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



**Agus Suharto, S.E., M.M.**  
NIDN : 0402086803



**Eso Hernawan, S.E., M.M.**  
NIDN : 0410067609

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Pada PT. Duta Abadi Primantara.

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Andika Prawira

NIM : 20150500076

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setujui untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi  
Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Manajemen (S.M)**.

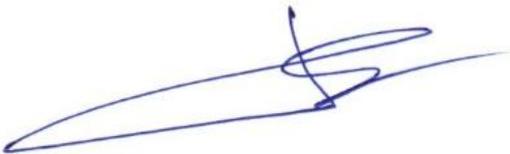
Tangerang, 13 Juni 2019

Menyetujui,

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Jurusan,



**Agus Suharto, S.E., M.M.**  
NIDN : 0402086803

**Eso Hernawan, S.E., M.M.**  
NIDN : 0410067609

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Suharto,S.E.,M.M.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Andika Prawira

NIM : 20150500076

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Pada PT. Duta Abadi Primantara.

Telah layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Menyetujui,  
Pembimbing,



**Agus Suharto, S.E., M.M.**  
NIDN : 0402086803

Tangerang, 13 Juni 2019

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



**Eso Hernawan, S.E., M.M.**  
NIDN : 0410067609

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama Mahasiswa : Andika Prawira  
NIM : 20150500076  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Pada PT. Duta Abadi Primantara.

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**SANGAT MEMUASKAN**” oleh Tim Penguji pada hari Senin, tanggal 22 Juli 2019.

**Nama Penguji**

Ketua Penguji : **Petrus T. Resi, S.E., MBA.**  
NIDN : 0315056002

Penguji I : **Eso Hernawan, S.E., M.M.**  
NIDN : 0410067609

Penguji II : **Adrian Hidayat, S.E., MBA.**  
NIDN : 0415116403

**Tanda Tangan**



Dekan Fakultas Bisnis,



**Sutrisna, S.E., S.H., M.M., M.Kn.**  
NIDN : 0421077402

404

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana, baik di Universitas Buddhi Dharma maupun di Universitas lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan orginal. Penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya ataupun dapat yang telah di tulis dengan jelas dan di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar dan telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas.

Tangerang, 24 Juni 2019

Yang membuat pernyataan



Andika Prawira

NIM: 20150500076

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. DUTA ABADI PRIMANTARA**

## **ABSTRAK**

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Duta Abadi Primantara. Metode penelitian yang digunakan melalui penyebaran kuesioner kepada responden sebagai customers PT. Duta Abadi Primantara, serta dengan tinjauan pustaka yang digunakan sebagai data sekunder. Untuk analisis penelitian ini penulis menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif.

Maka penulis melakukan penelitian dengan menggunakan analisis linier berganda, analisis koefisien korelasi, menghitung koefisien determinasi, serta melakukan uji hipotesis dengan mencari nilai  $t_{hitung}$ , kemudian membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , serta uji hipotesis dengan mencari  $f_{hitung}$  kemudian membandingkan  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ . Hasil analisis didapat dengan perincian sebagai berikut :

Dari hasil analisis linier berganda diperoleh  $Y = 9,543 + 0,422 X_1 + 0,353 X_2$ , artinya bila terdapat peningkatan atau penurunan Variabel  $X_1$  dan  $X_2$  maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,422 dan 0,353.

Dari hasil analisa koefisien kualitas produk mempunyai korelasi yang positif dan lemah terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,422 dan kualitas pelayanan mempunyai korelasi yang positif dan lemah terhadap loyalitas pelanggan 0,353. Dari hasil koefisien detreminasi (KD) kualitas produk dan kualitas pelayanan variabel ini mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 45,7%, sisanya sebesar 54,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung}$  untuk kualitas produk sebesar 4,821 dan  $t_{hitung}$  untuk kualitas pelayanan sebesar 4,029 yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  distribusi untuk  $df = 100 - 2$  dan *level of significant* 0,05 maka didapat bahwa  $t_{hitung}$  senilai 1,984. Dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

## **THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICES AND LOCATIONS ON PURCHASE DECISIONS ROTI BAKAR 88 GOR DIMYATI**

### **ABSTRACT**

*The purpose of this thesis is to determine the extent to which the Relationship between Product Quality and Service Quality to the Customer Loyalty on PT. Duta Abadi Primantara. The research method used was by distributing questionnaires to respondents as customers of PT. Duta Abadi Primantara, and with a literature review that was used as secondary data. For analysis of this study the authors used quantitative and qualitative analysis methods.*

*So the authors conducted a study using multiple linear analysis, correlation coefficient analysis, calculating the coefficient of determination, and testing hypotheses by looking for tcount values, then comparing tcounts with ttables, and hypothesis testing by looking for fcounts then comparing fcounts with ftabel. The results of the analysis are obtained with the following details:*

*From the results of multiple linear analysis obtained  $Y = 9,543 + 0,422 X1 + 0,353 X2$ , meaning that if there is an increase or decrease in Variables  $X1$  and  $X2$ , the customer loyalty will experience an increase or decrease of 0.422 and 0.353.*

*From the results of the analysis of product quality coefficients have a positive and weak correlation with the customer loyalty, which is equal to 0.422 and the service quality has a positive and weak correlation with customer loyalty 0.353. From the results of the detremination coefficient (KD) the product quality and service quality of these 2 variables influence customer loyalty by 45.7%, the remaining 54.3% is influenced by other factors.*

*Based on the results of hypothesis testing obtained tcount for product quality of 4.821 and tcount for service quality of 4.029 obtained from the distribution table for  $df = 100 - 2$  and significant level of 0.05, it is found that ttable is 1.984. In other words  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, because  $t \text{ count} > t \text{ table}$ .*

**Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Loyalty.**

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hikmat dan tuntunan-Nya skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Strata 1 (S1) Konsentrasi Manajemen Pemasaran.

Skripsi yang diajukan oleh peneliti berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualias Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Duta Abadi Primantara”.

Dalam Penelitian ini peneliti juga mengalami beberapa kendala, akan tetapi semua dapat terselesaikan dengan bantuan beberapa pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Sofian Sugioko, M.M., CPMA selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Bapak Sutrisna, S.E., S.H., M.M., M.Kn, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
3. Bapak Eso Hermawan, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
4. Bapak Agus Suharto, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan arahan sehinggann skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Seluruh Dosen Pengajar Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan Ilmu pengetahuan kepada penulis.

6. Bapak Hendry Setiawan selaku pemilik PT. Duta Abadi Primantara dan Aditya Pratama selaku Purchasing Supervisor yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Mama, kakak dan adik yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang dan doa, serta teman-teman tanpa mengenal lelah banyak membantu baik secara moral maupun material dalam mendukung penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan terutama Meiliani Sujarwo yang telah memberikan semangat dan bersama-sama dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat kemampuan, pengetahuan, waktu yang terbatas dan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Tangerang, 24 Juni 2019

Penulis

(Andika Prawira)

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>JUDUL LUAR</b>	
<b>JUDUL DALAM</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b>	
<b>REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b>	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sitematika Penulisan.....	5

<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
	A. Gambaran Umum Teori .....	7
	1. Pengertian Kualitas Produk .....	7
	2. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	11
	3. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	17
	B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	21
	C. Kerangka Pemikiran .....	23
	D. Perumusan Hipotesis .....	25
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
	A. Jenis Penelitian .....	26
	B. Objek Penelitian .....	26
	C. Jenis dan Sumber Data .....	35
	D. Populasi dan Sampel .....	36
	E. Teknik Pengumpulan Data .....	37
	F. Operasional Variabel Penelitian .....	39
	G. Teknik Analisis Data .....	42
	1. Uji Validitas .....	42
	2. Uji Reliabilitas .....	43
	3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
	4. Analisis Korelasi Berganda .....	45
	5. Uji Hipotesis .....	46
	6. Analisis Korelasi Penentu .....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
	A. Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	50
	1. Deskripsi Responden .....	50
	2. Variabel Bebas (X1,X2) .....	54

a. Uji Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1) .....	54
b. Uji Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	65
3. Variabel Terikat (Y).....	76
a. Uji Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	76
B. Analisis Hasil Penelitian .....	87
1. Uji Validitas dan Reabilitas Kualitas Produk ( X1).....	87
2. Uji Validitas dan Reabilitas Kualitas Pelayanan ( X2).....	90
3. Uji Validitas dan Reabilitas Loyalitas Pelanggan (Y) .....	93
C. Pengujian Hipotesis.....	95
D. Pembahasan.....	104
<b>BAB V    PENUTUP</b> .....	106
A. Kesimpulan .....	106
B. Implikasi.....	109
C. Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>SURAT KETERANGAN PENELITIAN</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel III.1 Skala Likert .....	39
Tabel III.2 Operasionalisasi Variabel.....	41
Tabel III.3 Metode Alpa-Cronbach .....	44
Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel IV.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	53
Tabel IV.4 Produk yang dihasilkan <i>springbed</i> PT. DUTA ABADI PRIMANTARA nyaman saat di gunakan .....	55
Tabel IV.5 Model produk <i>springbed</i> yang dihasilkan di PT. DUTA ABADI PRIMANTARA memiliki desain tampilan yang menarik .....	56
Tabel IV.6 Merek produk PT. DUTA ABADI PRIMANTARA sudah dikenal oleh konsumen .....	57
Tabel IV.7 Jenis produk <i>springbed</i> yang di hasilkan di PT. DUTA ABADI PRIMANTARA memiliki aneka ragam variasi.....	58
Tabel IV.8 PT. DUTA ABADI PRIMANTARA memberikan jaminan bagi kualitas produknya.....	59
Tabel IV.9 Produk di PT. DUTA ABADI PRIMANTARA mempunyai daya tahan yang baik.....	60

Tabel IV.10	Ukuran produk yang dihasilkan di PT. DUTA ABADI PRIMANTARA selalu sama setiap kali membelinya .....	61
Tabel IV.11	Produk yang dihasilkan di PT. DUTA ABADI PRIMANTARA selalu menggunakan bahan –bahan produk yang berkualitas.....	62
Tabel IV.12	Produk yang dihasilkan di PT. DUTA ABADI PRIMANTARA beragam memiliki varian produk yang berkualitas.....	63
Tabel IV.13	Produk yang dihasilkan di PT. DUTA ABADI PRIMANTARA selalu memiliki citra produk yang sama setiap kali membelinya	64
Tabel IV.14	Karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA sudah memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya.....	66
Tabel IV.15	Karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA memberikan keramahan dalam menawarkan produk kepada konsumen.....	67
Tabel IV.16	Karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA memiliki tepat waktu dalam memenuhi perjanjian pesanan pelanggan.....	68
Tabel IV.17	Komunikasi yang di lakukan oleh karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA dalam menerima order sudah baik.....	69
Tabel IV.18	Karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA memberikan pelayanan yang cepat tanggap .....	70
Tabel IV.19	Karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA menjawab keluhan dari pelanggan dengan baik.....	71
Tabel IV.20	Karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA memberikan pelayanan cepat tanggap terhadap kerusakan produk.....	72

Tabel IV.21	Karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA sudah memberikan informasi tepat kepada konsumen.....	73
Tabel IV.22	Kemampuan karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA melayani konsumen sudah cukup baik .....	74
Tabel IV.23	Karyawan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA sudah memberikan perhatian dengan bersikap Tata bahasa yang sopan dan sabar kepada setiap konsumen .....	75
Tabel IV.24	Kualitas produk dan pelayanan yang diterima sudah sangat baik	77
Tabel IV.25	Pelanggan tidak terpengaruh membeli produk yang sejenis.....	78
Tabel IV.26	Pelanggan akan tetap membeli produk PT. DUTA ABADI PRIMANTARA walaupun ada penyesuaian harga terhadap bahan baku .....	79
Tabel IV.27	Pelanggan sering melakukan pembelian produk di PT. DUTA ABADI PRIMANTARA karena memiliki kualitas yang baik ....	80
Tabel IV.28	Pembelian produk PT. DUTA ABADI PRIMANTARA didasarkan pada perbandingan dengan produk lain .....	81
Tabel IV.29	Pelayanan baik sudah diberikan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA membuat pelanggan loyal.....	82
Tabel IV.30	Pembelian yang dilakukan ke PT. DUTA ABADI PRIMANTARA akan selalu direferansikan kepada pihak lain ...	83
Tabel IV.31	Konsumen tetap membeli produk PT. DUTA ABADI PRIMANTARA dan tidak terpengaruh oleh harga yang lebih murah yang ditawarkan produk lain sejenis .....	84

Tabel IV.32	Bila PT. DUTA ABADI PRIMANTARA melakukan pemberian bonus/diskon akan membuat pelanggan loyal .....	85
Tabel IV.33	Pengadaan event yang dialukan konsumen selalu menggunakan produk PT. DUTA ABADI PRIMANTARA sebagai produk yang di pakai untuk acara event tersebut .....	86
Tabel IV.34	<i>Case Processing Summary</i> Variabel Kualitas Produk (X1) .....	88
Tabel IV.35	<i>Realibility Statistic</i> Variabel Kualitas Produk (X1).....	88
Tabel IV.36	<i>Item Total Statistics</i> Variabel Kualitas Produk (X1) .....	89
Tabel IV.37	<i>Case Processing Summary</i> Variabel Kualias Pelayanan (X2).....	90
Tabel IV.38	<i>Realibility Statistic</i> Variabel Kualias Pelayanan (X2).....	91
Tabel IV.39	<i>Item Total Statistics</i> Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	92
Tabel IV.40	<i>Case Processing Summary</i> Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	93
Tabel IV.41	<i>Realibility Statistic</i> Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	93
Tabel IV.42	<i>Item Total Statistics</i> Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	94
Tabel IV.43	<i>Descriptive Statistics</i> Variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	96
Tabel IV.44	<i>Correlations</i> Variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	97
Tabel IV.45	<i>Variables Entered/Removed</i> <sup>a</sup> .....	98
Tabel IV.46	<i>Model Summary</i> .....	99
Tabel IV.47	<i>ANOVA</i> <sup>a</sup> .....	101
Tabel IV.48	<i>Coefficients</i> <sup>a</sup> .....	102

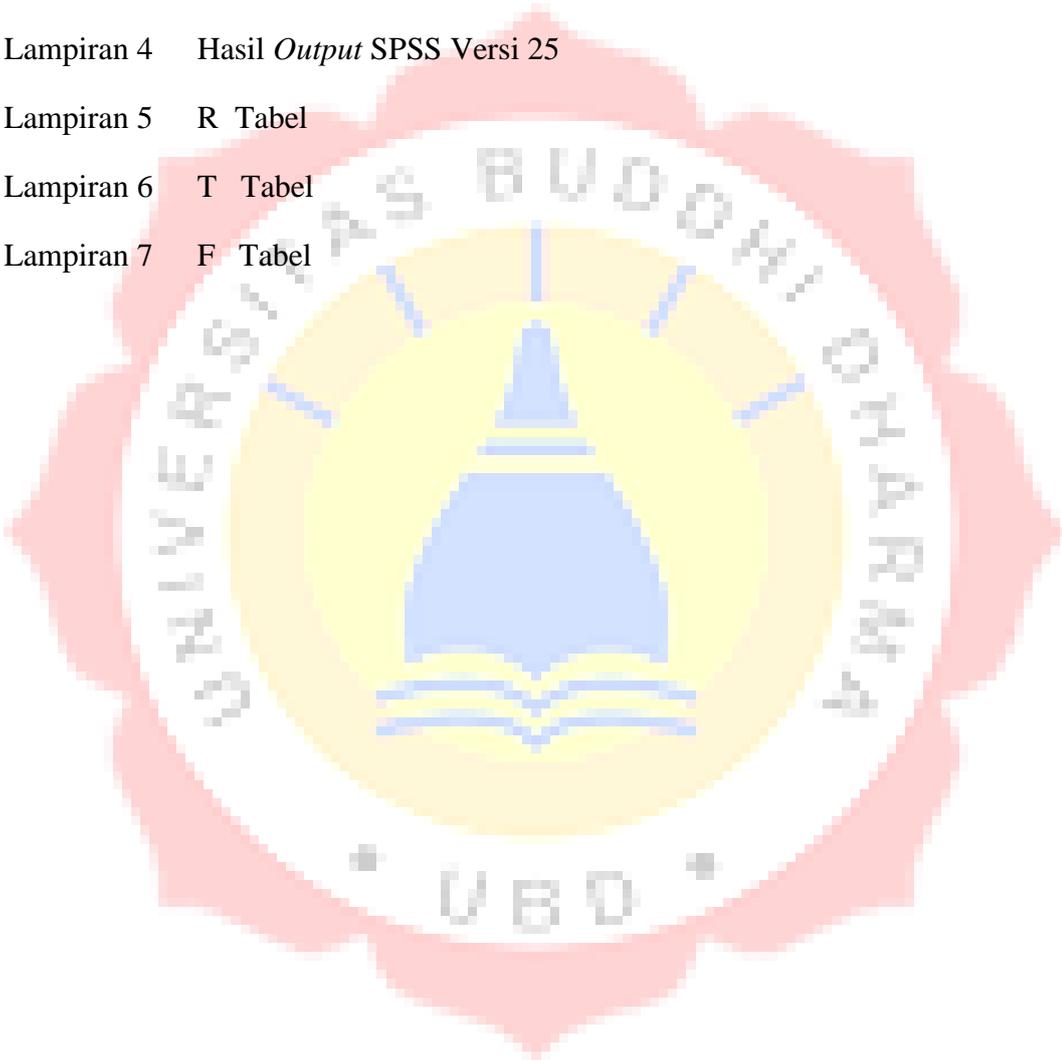
## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar III.1 Struktur Organisasi.....	29



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pernyataan Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil *Output* SPSS Versi 25
- Lampiran 5 R Tabel
- Lampiran 6 T Tabel
- Lampiran 7 F Tabel



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi yang semakin maju. Perusahaan di tuntut untuk terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk maupun kualitas pelayanan agar mampu bersaing dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan harus mampu membuat kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sangat baik demi menarik pelanggan untuk dapat terus menjalin hubungan yang baik antar pelanggan dan perusahaan. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menjual produk-produk unggulan mereka dan membuat inovasi baru untuk menarik konsumen

Salah satu industri yang sedang berkembang saat ini adalah bidang manufaktur *spring bed*. Daya beli masyarakat terhadap *spring bed* saat ini sangat tinggi melihat meningkatnya juga bisnis properti saat ini. Membuat *spring bed* menjadi salah satu kebutuhan utama yang sering di cari oleh masyarakat saat ini.

Menghadapi persaingan yang begitu ketat dengan perusahaan *spring bed* lainnya seperti Airland, Comforta, dan Simmons, PT Duta Abadi Primantara di tuntut untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen. Bisnis saat ini, mempertahankan pelanggan lama merupakan hal yang sangat penting, karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih besar dari pada biaya mempertahankan pelanggan yang lama.

Banyaknya produk pesaing yang ada di pasaran membuat konsumen dapat dengan mudah membeli produk lain yang dianggap lebih baik dalam segi kualitas produk dan kualitas pelayanan. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk memperhatikan kualitas produk dan juga menjaga kualitas pelayanannya agar dapat menjaga loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut sehingga tidak pindah ke pesaing.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh PT. Duta Abadi Primantara saat ini adalah banyaknya komplain tentang kualitas *springbed* yang dibeli dan juga kualitas pelayanan dalam hal merespon barang yang tidak sesuai dengan keinginan pihak hotel, selaku konsumen dengan pembelian dalam jumlah besar pada produk PT. Duta Abadi Primantara.

Untuk menjaga loyalitas pelanggan, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Dan yang harus diperhatikan lagi adalah kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Loyalitas pelanggan adalah niat membeli kembali, komunikasi dari mulut ke mulut, dan rekomendasi organisasi. Loyalitas pelanggan juga di pengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk dapat digunakan untuk mengembangkan loyalitas pelanggan. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada beberapa merk berkualitas tinggi.

Dengan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk memahami tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam perusahaan maka di buatlah judul skripsi dengan “ **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Duta Abadi Primantara.**” .

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan uraian latar belakang masalah diatas, banyak faktor yang dapat di identifikasi yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu:

1. Kualitas pelayanan yang kurang baik, dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Kualitas produk yang kurang baik, dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang kurang baik, dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

### **C. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang dapat diambil dari permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin di capai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. DUTA ABADI PRIMANTARA

### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat atau berguna:

- a. Bagi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang  
Hasil penelitian ini dapat menambah referensi begi pengembangan ilmu

pengetahuan khususnya mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis bagi pengembangan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai suatu pengetahuan dan pengalaman serta sekaligus pengaplikasian pengetahuan yang diperoleh selama kuliah melalui pangkajian dalam karya ilmiah ini.

**F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan berisi keterangan mengenai gambaran umum isi tiap bab, dengan cara deskriptif, sehingga mempermudah pemahaman dalam memahami isi dari penulisan skripsi ini dan akan disajikan sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang terkait dengan permasalahan yang dibahas meliputi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan menguraikan sejarah singkat tentang perusahaan, struktur organisasi dan metode penelitian terkait hubungan antara pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi deskripsi data hasil penelitian variabel independen dan dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang mengungkapkan kesimpulan mengenai pembahasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian tersebut sebagai bahan masukan serta pertimbangan bagi pihak perusahaan guna menentukan kebijakan yang akan digunakan dimasa mendatang.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Gambaran Umum Teori

##### 1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut (Buchari Alma 2016, 139) mengatakan bahwa :

“Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, *event*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide”

Menurut (Fandy Tjiptono 2016, 2) mengatakan bahwa :

“Produk merupakan segala sesuatu yang diterima konsumen dalam proses pertukaran dengan produsen, berupa manfaat pokok, produk fisik dan kemasannya, serta elemen-elemen tambahan yang menyertainya”

Menurut (Sudaryono 2014, 354) mengatakan bahwa :

“Produk adalah hasil akhir yang dibuat dan dijual oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan dan keuntungan bagi pembelinya”

Dari pengertian di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa pengertian kualitas produk merupakan semua hal dari produk untuk menunjang kemampuan nya memenuhi kebutuhan konsumen dan menjadi tolak ukur penilaian konsumen

##### a. Dimensi Kualitas Produk

Menurut (David Garvin 2013, 10) megatakan bahwa :

“Dimensi kualitas dikembangkan ke dalam delapan dimensi yang dapat digunakan sebagai dasar perencanaan strategis terutama bagi perusahaan”

Ada delapan dimensi kualitas menurut David Garvin yakni sebagai berikut :

1. *Performance* (Kinerja) merupakan karakteristik pokok dari produk inti.
2. *Reliability* (Kehandalan) adalah kemungkinan tingkat kegagalan pemakaian.
3. *Feature* (Fitur) adalah karakteristik pelengkap atau tambahan.
4. *Conformance* (Kesesuaian) adalah sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya
5. *Durability* (Daya Tahan) adalah berapa lama produk dapat terus digunakan
6. *Aesthetics* (Estetika) adalah menyangkut corak, rasa dan daya tarik produk
7. *Perceived Quality* (Kesan Kualitas) adalah citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya
8. *Serviceability* adalah kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan, dalam pemeliharaan dan penanganan keluhan yang memuaskan

## b. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk yang dimanifestasikan melalui:

### 1. Bentuk produk

Ukuran, bentuk struktur fisik dari produk.

### 2. *Features*

Disamping fungsi utama dari mobil dapat diberikan tambahan oprasional.

### 3. Kualitas kinerja

Tingkatan produk selain memberikan karakteristik oprasional utama dari produk maka produknya sendiri dapat berkualitas ekselen, superior, kualitas standard, dan lain-lain..

### 4. Kualitas

Kesesuaian terhadap standard, unit produk yang dihasilkan adalah identik dan memenuhi spesifikasi teknis yang dijanjikan.

### 5. Aspek daya tahan

Produk dinilai dari segi usia oprasional yang diharapkan selama ini digunakan dalam kondisi yang wajar.

### 6. Kehandalan

Untuk mengukur probabilitas dimana produk tidak akan rusak atau gagal beroperasi dalam jangka waktu khusus yang dijanjikan.

#### 7. Mudah tidaknya diperbaiki

Produk tahan lama tidak akan mampu beroperasi penuh tanpa harus dilakukan pemeliharaan ataupun perbaikan secara priodik. Direfensiasi ini menjanjikan mudah tidaknya produk tersebut diperbaiki.

#### 8. Gaya

Mempresentasikan bagaimana produk itu terlihat dan dirasakan oleh pembeli.

#### c. Karakteristik Produk

Produk disini berarti barang dan jasa, barang dan jasa dapat dibedakan dari berbagai segi, yaitu:

1. Barang : Barang bersifat fisik sehingga dapat disentuh, dirasakan dan dipindahkan, seperti motor, mobil, computer dan lain-lain. Ada juga barang yang dihabiskan.
2. Jasa : Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Dengan demikian jasa hanya dapat dikonsumsi, tetapi tidak bias dimiliki.

#### d. Tiga level produk

##### 1. Inti Produk

Manfaat atau jasa inti yang diberikan produk tersebut. Misal : melalui televisi dapat diketahui berbagai informasi dan hiburan.

## 2. Wujud Produk

Karakteristik yang dimiliki produk tersebut, berupa mutunya, corak atau ciri-ciri khasnya, merknya dan kemasannya.

## 3. Produk Tambahan yang Disempurnakan

Menggambarkan kelengkapan atau penyempurnaan dari produk inti. Misal : pelayanan pemasangan antena TV

## 2. Kualitas Pelayanan

Menurut (Kasmir 2017, 47) mengatakan bahwa :

“Tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan”

Menurut (Tjiptono & Gregorius 2017, 90) mengatakan bahwa :

“Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan”

Menurut (Andrian Sudarso 2016, 17) mengatakan bahwa :

“Kualitas pelayanan adalah konsep yang telah menimbulkan minat yang besar dan perdebatan dalam literature penelitian karena kesulitan di keduanya mendefinisikan dan mengukurnya tanpa consensus keseluruhan yang muncul di keduanya.

Menurut pengertian para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu tindakan yang dapat mencirikan suatu perusahaan pesaing baik dalam satu industri ataupun berbeda industri dengan cara memberikan pelayanan yang lebih totalitas dibandingkan

saingannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepercayaan baik yang dinyatakan konsumen maupun tersirat.

**a. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut (Zulian Yamit 2013, 11) mengatakan bahwa untuk dapat mengukur kualitas pelayanan seperti yang di harapkan konsumen, terdapat lima dimensi karakteristik yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

**1. Keandalan (*Reliability*)**

Yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang di janjikan secara akurat sejak pertama kali.

**2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Yaitu dimensi yang mengukur kecepatan layanan kepada pelanggan

**3. Jaminan (*Assurance*)**

Yaitu Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan, berupa :

**a. Kompetensi (*Competence*)**

Artinya setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan kebutuhan konsumen.

b. Kesopanan (*Courtesy*)

Dapat meliputi sikap sopan santun dan keramahtamahan yang dimiliki para *contact personnel*.

c. Kredibilitas atau kepercayaan (*Creedibility*)

Meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi dan sebagainya.

d. Keamanan (*Security*)

Artinya tidak adanya bahaya, risiko atau keraguan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

4. Empati (*Empathy*)

Yaitu kemudahan menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

a. Akses (*Access*)

Meliputi : kemudahan untuk dihubungi dan ditemui, berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.

b. Komunikasi (*Communication*)

Berarti memberikan penjelasan kepada konsumen dalam bahasa yang mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan konsumen.

c. Memahami Konsumen (*Understanding The Customer*)

Yaitu usaha untuk memahami kebutuhan konsumen.

#### 5. Bukti fisik (*Tangibles*)

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan sarana komunikasi

#### b. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Menurut (Daryanto 2014, 96) unsur-unsur kualitas pelayanan antara lain:

##### 1. Penampilan

Penampilan personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti: wajah harus menawan, badan harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam perilaku, penampilan penuh percaya diri, busana harus menarik.

##### 2. Tepat waktu dan janji

Secara utuh dan prima petugas pelayanan seharusnya dalam menyampaikan sesuatu perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya ingkar janji.

##### 3. Kesiediaan melayani

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia dalam melayani para pelanggan.

##### 4. Pengetahuan dan keahlian

Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu yang disyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang harus dibidangnya.

#### 5. Kesopanan dan ramah tamah

Masyarakat pengguna jasa pelayanan dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat dituntut adanya keramah tamahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois, dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

#### 6. Kejujuran dan kepercayaan

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran petugas pelayanan dikategorikan sebagai pelayanan yang dipercayai dari segi sikapnya, dipercaya tutur katanya, dapat dipercaya dalam penyelesaian akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas.

#### 7. Kepastian hukum

Hasil pelayanan terhadap masyarakat harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum.

#### 8. Keterbukaan

Keterbukaan akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

#### 9. Efisien

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta hasil jual yang tinggi. Dengan demikian efisiensi efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan.

#### 10. Biaya

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperiksa kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### 11. Tidak rasial

Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukaan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.

## 12. Kesederhanaan

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

### c. Faktor – faktor Hambatan Dalam Pelayanan

Banyak faktor yang menyebabkan terhambatnya peningkatan kualitas pelayanan. Berikut ini faktor-faktor penghambat tersebut :

1. Kurang otoritas yang diberikan.
2. Terlalu birokrasi sehingga lambat dalam menganggapi keluhan konsumen.
3. Bawahan tidak berani mengambil keputusan sebelum ijin dari atasan.
4. Petugas sering bertindak kaku dan tidak memberi jalan keluar yang baik.
5. Disiplin kerja kurang dan tidak tepat waktu.

### 3. Loyalitas Pelanggan

Menurut (Fandy Tjiptono 2014, 392) mengatakan bahwa :

“Kecenderungan seseorang untuk selalu menunjukkan sikap yang sama dalam situasi yang sama terhadap merek-merek yang sebelumnya dibeli.”

Menurut (Sofjan Assauri 2013, 14) mengatakan bahwa:

“Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang di tawarkan diatas alternative tawaran organisasi pesaing”.

Dari beberapa definisi di atas , dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah pembelian secara berulang yang di lakukan oleh konsumen untuk suatu produk atau jasa, dimana mereka telah merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka peroleh karena sesuai kebutuhan dan keinginan.

**a. Karakteristik Loyalitas Pelanggan**

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur.
2. Tidak membeli produk atau jasa yang lain .
3. Merekomendasikan produk ini kepada orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

**b. Keuntungan Memiliki Pelanggan Yang Loyal**

1. Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal).
2. Dapat mengurangi biaya transaksi.

3. Dapat mengurangi biaya *turn over* konsumen (karena penggantian konsumen).
4. Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar bangsa pasar perusahaan..
5. Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
6. Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya pengganti,dll).

#### c. Tahapan Loyalitas

Menurut (Griffin 2016, 107) mengatakan bahwa tahapan loyalitas terbagi menjadi delapan, yaitu :

##### 1. *Suspect*

Meliputi semua orang yang mungkin akan membeli barang atau jasa perusahaan tetapi belum mengerti mengenai perusahaan dan barang atau jasa yang ditawarkan.

##### 2. *Prospect*

Adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentu yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentu dan mempunyai kemauan untuk membelinya. Para *prospect* ini, meskipun mereka belum memberikan pembelian, mereka telah mengetahui keberadaan perusahaan dan barang atau jasa yang ditawarkan, karena seseorang merekomendasikan barang atau jasa tersebut kepadanya.

### 3. *Disqualifed Prospect*

Yaitu prospek yang telah mengetahui keberadaan barang atau jasa tertentu, tetapi tidak mempunyai kebutuhan akan barang atau jasa tersebut atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang atau jasa tersebut.

### 3. *First Time Costumers*

Yaitu pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya. Mereka masih menjadi pelanggan baru.

### 4. *Repeat Customers*

Yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian produk sebanyak dua kali atau lebih, atau membeli dua macam produk yang berbeda dalam dua kesempatan yang berbeda pula.

### 5. *Clients*

*Clients* membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan dibutuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh terhadap produk pesaing.

### 5. *Advocates*

Seperti halnya *clients*, *advocates* membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur, selain itu mereka mendorong teman-temannya untuk membeli barang atau jasa perusahaan atau merekomendasikan perusahaan tersebut pada orang lain dengan

begitu secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran dan membawa pelanggan untuk perusahaan.

#### 6. Mitra

Merupakan bentuk hubungan yang paling kuat antara pelanggan dan perusahaan, dan berlangsung terus-menerus karena kedua pihak melihatnya sebagai hubungan yang saling menguntungkan.

### **B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan bagi penulis dalam melaksanakan penelitiannya. Untuk dapat pula menambahkan tentang teori-teori yang dibahas dalam penelitian ini. Dari penelitian terdahulu penulis tidak menemukan judul yang memang serupa dengan yang penulis teliti. Namun, tetap saja dari penelitian terdahulu tersebut penulis dapat mengangkat beberapa hal sebagai referensi penulis dalam melakukan penelitian sebagai bahan. Berikut adalah hasil – hasil terdahulu yang penulis rangkum.

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Dwi Putri Handayani, 2015	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.	Dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang erat antara faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dengan menawarkan kualitas produk yang bagus dan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif kepada kepuasan pelanggan yang kemudian kepuasan pelanggan akan berdampak positif kepada loyalitas pelanggan.
Natalia Puji Lestari, 2015	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada AL-ZENA skin care pati cabang winong)	Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang kuat, positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin baiknya kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam suatu usaha dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan berkembang ke arah yang lebih baik lagi.
Ifrina Kurniasari Widiartanto, 2015	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.	Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya sumbangan pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 30,0%.

### C. Kerangka Pemikiran

Menjelaskan argumentasi secara logis keterkaitan variabel yang akan diteliti didasarkan pada teori :

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan :

- Kualitas produk yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk menjadi pelanggan yang loyal.
- Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh produk atau jasa yang dipasarkan, apakah produk tersebut dibutuhkan dan memiliki kualitas produk yang baik.

Berdasarkan uraian diatas diduga ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

#### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

- Kualitas pelayanan yang baik juga dapat mempengaruhi konsumen untuk menjadi pelanggan yang loyal.
- Faktor kualitas pelayanan menjadi salah satu pengaruh perilaku konsumen dalam menjadi pelanggan yang loyal pada produk tertentu.

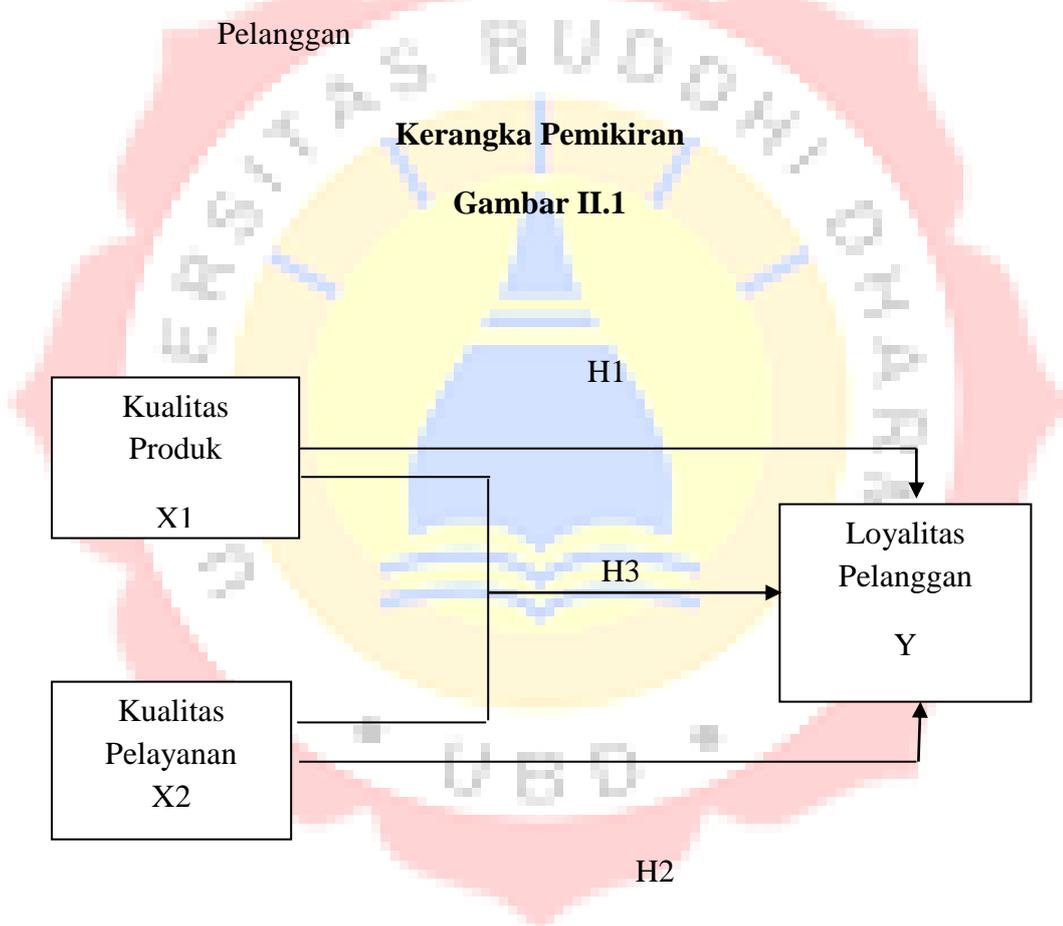
Berdasarkan uraian diatas diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama

- sama terhadap Loyalitas Pelanggan

- Kualitas Produk yang bermutu kualitasnya dengan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan maka akan membuat konsumen menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk dan merk tersebut.

Berdasarkan uraian diatas diduga ada pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama – sama terhadap Loyalitas Pelanggan



Keterangan :

1.  $X_1$  = Kualits Produk
2.  $X_2$  = Harga
3.  $Y$  = Keputusan Pembelian

#### **D. Perumusan Hipotesa**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah ditanyakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan harus berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada data-data empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian sebelum jawaban empirik.

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah diuraikan diatas maka terdapat tiga variabel yang peneliti gunakan yaitu variabel kualitas produk ( $X_1$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan variabel loyalitas pelanggan (Y) maka dari hipotesis yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah:

1. Hipotesis I : Diduga adanya pengaruh positif antara kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y).
2. Hipotesis II : Diduga adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Hipotesis III : Diduga adanya pengaruh positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Data yang penulis peroleh untuk penelitian ini antara lain adalah :

##### 1. Data Kualitatif

Data yang disajikan dalam bentuk kata verbal, bukan dalam bentuk angka. Dalam penelitian ini yang termasuk data kualitatif yaitu sejarah perusahaan, visi, misi dan struktur organisasi.

##### 2. Data Kuantitatif

Data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dalam bilangan atau berbentuk angka seperti hasil dari kuisisioner.

#### **B. Objek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *spring bed* yang bernama PT. Duta Abadi Primantara yang berlokasi di Jalan Raya Mauk KM 2,1 GG. Galeong RT 04/07 No.7, Margasari Karawaci, Tangerang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Duta Abadi Primantara.

##### 1. Profil Singkat Perusahaan

Awalnya, PT. Duta Abadi Primantara berpikir untuk membuat sebuah produk yang menjadi kebutuhan primer masyarakat dan dapat

dikembangkan menjadi produk premium. Ide ini adalah kesempatan besar karena kebanyakan orang menghabiskan 1/3 dari hidup mereka atau sekitar 8 jam di tempat tidur, artinya mereka akan membutuhkan matras untuk istirahat setiap harinya. Pada tahun 1988, PT. Duta Abadi Primantara mengambil alih sebuah perusahaan matras dan mengembangkan brand matras lokal bernama Florence. Perekonomian masyarakat Indonesia meningkat dengan sangat baik setelahnya. Untuk kebutuhan pasokan pasar, PT. Duta Abadi Primantara memperluas jaringan pemasaran dengan menambahkan kantor cabang.

Saat ini, PT Duta Abadi Primantara memiliki 12 cabang di seluruh Indonesia. Pembangunan pabrik pun tidak hanya berpusat di Jakarta, tapi juga di Surabaya, Medan, dan Palembang. Perhatian utama PT. Duta Abadi Primantara adalah kepuasan pelanggan. Karena itu, PT. Duta Abadi Primantara terus meningkatkan manajemen hubungan pelanggan dan pengembangan sumber daya manusia dengan terus memperbaiki layanan purna jual. PT. Duta Abadi Primantara sangat menyadari jika salah satu faktor yang memengaruhi keberhasilan perusahaan adalah layanan purna jual yang baik. Kepuasan pelanggan yang komprehensif adalah prioritas bagi PT. Duta Abadi Primantara.

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi

- Menjadi perusahaan perlengkapan tempat tidur nomor satu di Indonesia dan Asia yang menyediakan produk serta layanan terbaik

### b. Misi

- Berinovasi dengan teknologi terbaru dalam industri perlengkapan tempat tidur
- Mengutamakan kualitas dan melaksanakan quality control secara menyeluruh melalui semua tahapan bisnis untuk memastikan kepuasan pelanggan
- Menjaga efisiensi melalui pengendalian biaya yang efektif dan memaksimalkan keuntungan
- Menyediakan lingkungan kerja yang aman, kondusif dan berkualitas

## 3. Struktur Organisasi

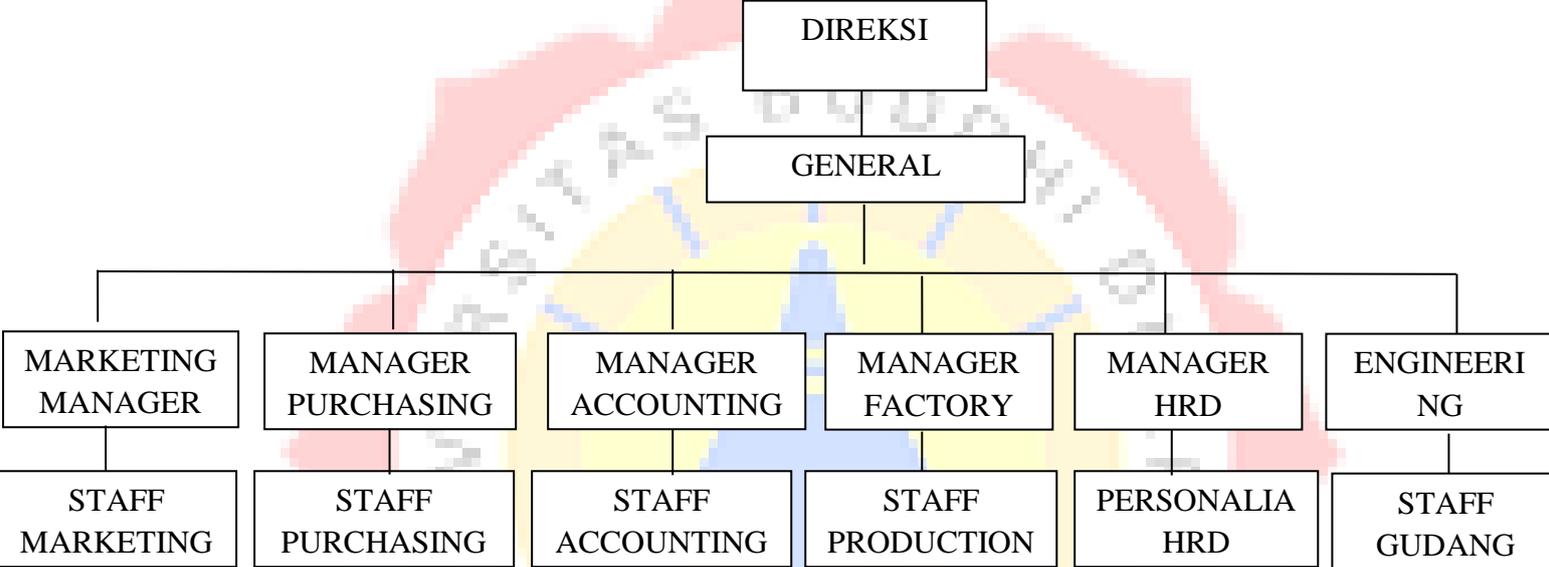
Berikut Struktur Organisasi PT. Duta Abadi Primantara :

# STRUKTUR ORGANISASI

Gambar III.1

PT. DUTA ABADI PRIMANTARA

 PT. DUTA ABADI PRIMANTARA	<b>STRUKTUR ORGANISASI – PT. DUTA ABADI PRIMANTARA</b>
--	--



Sumber: PT. DUTA ABADI PRIMANTARA

#### 4. Uraian Tugas Struktur Organisasi

##### 1. Direksi

Direksi bertanggung jawab atas merumuskan tujuan, misi dan visi, membuat kebijakan dan menyusun strategi perusahaan, melaporkan keadaan sesungguhnya kepada komisaris dan pemegang saham.

- a. Melakukan pengurusan perusahaan sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan sebagaimana diatur dalam anggaran dasar Perseroan.
- b. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab dengan itikad baik, tanggung jawab penuh dan kehati-hatian. Setiap saat Direksi harus bertindak untuk kepentingan terbaik Perseroan dan harus mempertimbangkan berbagai risiko yang relevan dengan Perseroan dalam pengambilan keputusan dan tindakan.

##### 2. General Manager

General manager memastikan proses-proses dan dokumentasi yang perlu dalam system manajemen mutu yang ditetapkan, dilaksanakan dan di pelihara dalam manajemen mutu dan kebutuhan-kebutuhan untuk melakukan penyempurnaan.

- a. Memimpin perusahaan dan menjadi motivator bagi karyawannya.
- b. Mengelola operasional harian perusahaan.
- c. Merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi dan mengalisis semua aktivitas bisnis perusahaan.
- d. Mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

- e. Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran di perusahaan.

### 3. Marketing Manager

- a. Mengadakan hubungan dengan pelanggan dan mendokumentasikan persyaratan pelanggan yang ditetapkan.
- b. Mengidentifikasi persyaratan yang terkait dengan produk dan melakukan tinjauan terhadap persyaratan produk.
- c. Membuat target penjualan dan perencanaan kegiatan secara rinci untuk masing- masing daerah penjualan.
- d. Membuat kebijakan tentang harga dan pemasaran.
- e. Mengevaluasi keadaan pasar dan pesaing.

### 4. Staff Marketing

- a. Sebagai bagian yang memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat, melalui produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut.
- b. Bertugas dalam menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan tersebut.
- c. Bertugas dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dengan lingkungan eksternal.
- d. Bertugas untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk.

## 5. Manager Purchasing

- a. Mengelola kebijakan *purchasing* dan memastikan semua pembelian sesuai dengan kebijakan tersebut.
- b. Memilih *supplier* yang akan berhubungan dengan perusahaan dan berkomunikasi dengan resmi dengan *supplier* tersebut.
- c. Merekrut staf, mengadakan pelatihan, dan tugas manajerial lainnya.
- d. Berhubungan dengan departemen lainnya, seperti departemen akuntansi, manufaktur, dan persediaan barang.
- e. Mengurus penganggaran, penetapan biaya, dan penghematan biaya setelah melakukan *review* terhadap informasi manajemen yang ada.

## 6. Staff Purchasing

- a. Menyusun pesanan pembelian dan daftar permintaan untuk memesan bahan, barang, dan persediaan.
- b. Mengirim hal yang telah disusun pada poin satu kepada *supplier*.
- c. Memeriksa pengiriman pesanan.
- d. Melacak status pesanan.
- e. Mengurus barang-barang yang tidak ter-*supply*, di bawah jumlah pesanan, lebih dari jumlah pesanan, atau rusak.
- f. Memastikan setiap faktur telah dikirim untuk pembayaran.
- g. Menghasilkan dan mengelola laporan yang masuk.

## 7. Manager Accounting

- a. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.
- b. Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, serta mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.
- c. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat.

## 8. Staff Accounting

Tugas utama dari seorang accounting staff sudah tentu adalah membuat pembukuan atas transaksi keuangan perusahaan. Ada banyak sekali format pembukuan yang bisa dilakukan oleh seorang staff akunting. Biasanya masing masing perusahaan memiliki standar pelaporan akuntansi beserta segala hal yang berkaitan dengan kebutuhan dari perusahaan. Jangan khawatir salah karena biasanya ada alat bantu untuk membual pembukuan seperti ini.

## 9. Manager Factory

Bertanggung jawab terhadap semua bawahan Manajer harus bertanggung jawab dan mempertanggung jawabkan pekerjaan bawahannya. Kesuksesan menjadi seorang manajer tergantung dari bagaimana dia

mengatur bawahannya. Jika bawahan tidak bisa diatur dan bekerja seandainya saja maka sebagai pertanggungjawaban manajer, dia harus mengubah bawahan agar menjadi lebih baik lagi.

#### 10. Staff Produksi

- a. Melaksanakan kebijakan dan rencana produksi.
- b. Melaksanakan produksi dan prosedur kualitas sesuai dengan ketentuan perusahaan.
- c. Mengatur dan mengontrol bahan baku proses produksi sehingga menjadi bahan dengan ketentuan target yang telah ditentukan perusahaan.
- d. Memahami kerja dengan standar keamanan.

#### 11. Manager Hrd

Tugas Pokok Manajer SDM dan Peran Departemen HRD. Dalam sebuah perusahaan terutama yang mempekerjakan ratusan hingga ribuan karyawan, Manajer Sumber Daya Manusia (SDM) mempunyai peran yang penting. Manajer SDM ini berperan dalam merencanakan, mengarahkan dan mengkoordinasikan fungsi administrasi suatu organisasi.

#### 12. Staff Hrd

- a. Bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia yang adalah sebuah perusahaan.
- b. Memberikan bantuan dan masukan dalam membuat sistem HR yang efisien dan efektif.

- c. Melakukan penilaian terhadap kinerja pegawai sehingga nantinya juga bertindak dalam seleksi, promosi, demosi pegawai yang dirasa perlu dilakukan.
- d. Membuat kontrak kerja untuk pegawai termasuk memperbaruinya.
- e. Mengurusi Asuransi pegawai, seperti BPJS.

### 13. Engineering

- a. Mengarahkan dan membantu bawahan dalam menangani pekerjaan.
- b. Menangani permasalahan pada mesin-mesin produksi dan atau mesin-mesin penunjang.
- c. Melaksanakan pemeliharaan berkala terhadap mesin-mesin produksi, mesin-mesin utility dan seluruh peralatan penunjang produksi.
- d. Mendukung dan melaksanakan system manajemen mutu ISO dengan baik.
- e. Melaksanakan pemeliharaan pembangunan dan prasarana.
- f. Mengontrol dan memimpin hasil kerja bawahan

### C. Jenis dan sumber data

Data digunakan sebagai suatu informasi mengenai gambaran suatu keadaan tertentu. Data terdiri dari sifatnya, sumbernya, cara memperolehnya, serta waktu pengumpulannya. Dalam hal ini peneliti mengambil jenis data berdasarkan cara memperolehnya, yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer adalah data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung baik dari perorangan maupun dari organisasi. Data primer ini didapatkan dengan memberikan kuisioner kepada para responden yang ada di dalam organisasi yang diteliti oleh peneliti.
2. Data sekunder adalah data didapat secara tidak langsung dari objek penelitian. Peneliti mendapatkan dari data yang sudah jadi, dikumpulkan dan diolah kembali.

#### **D. Populasi dan Sample**

Menurut (Sujarweni 2016, 4) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT. Duta Abadi Primantara. Jumlah populasi yang ada pada PT. Duta Abadi Primantara adalah 135 orang.

Menurut (Sujarweni 2016, 4) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Metode *simple random sampling* dipilih karena jumlah populasi yang ada pada PT. Duta Abadi Primantara cukup besar. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. 100 responden ini didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e = Margin error

Dalam menentukan pengambilan sampel ini penulis menentukan margin error sebesar 5%, sehingga dalam perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{135}{1 + 135 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{135}{1 + 135 (0,0025)}$$

$$n = \frac{135}{1 + 0,3375}$$

$$n = \frac{135}{1,3375}$$

$$n = 100$$

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan seorang peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dengan metode pengumpulan data yang tepat dalam suatu penelitian akan memungkinkan pencapaian

masalah secara valid dan terpercaya sehingga akhirnya akan memungkinkan generalisasi yang objektif. Secara garis besar teknik yang dapat digunakan untuk pengumpulan data adalah :

1. Melakukan pengamatan langsung

Peneliti melakukan pengamatan langsung di PT. Duta Abadi Primantara, dimana peneliti bekerja.

2. Kuisisioner

Menurut (Sujarweni 2016, 94) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Peneliti menyebarkan kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Duta Abadi Primantara

Penyebaran kuisisioner ini ditujukan pada pembeli di PT. Duta Abadi Primantara. Sebelum membuat daftar pertanyaan pada kuisisioner, peneliti mengidentifikasi instrumen-instrumen yang berhubungan ataupun berkaitan dengan variabel yang akan diteliti, yaitu dengan cara menjabarkan variabel-variabel tersebut menjadi beberapa sub variabel sehingga memperoleh alternatif jawaban. Dan peneliti menggunakan skala likert pada kuisisionernya. Skala ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan objek yang diteliti.

**Tabel III.1**

Skala Likert

Indikator Jawaban	Keterangan	Nilai Indikator
STS	Sangat Tidak Setuju	(1)
TS	Tidak Setuju	(2)
KS	Kurang Setuju	(3)
S	Setuju	(4)
SS	Sangat Setuju	(5)

#### **F. Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Suatu definisi operasional bisa sebagai petunjuk pelaksanaan atau penuntun bagi peneliti mengenai bagaimana mengukur suatu variabel penelitian. Secara teoritis menurut (Sugiyono 2016, 38) mengemukakan “Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek yang lain, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut yang bisa ditarik sebuah kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

##### **a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

*Variabel dependen* sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono

2016, 39). Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan yaitu Loyalitas Pelanggan.

b. **Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono 2016, 39). Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah :

X1 : Kualitas Produk

X2 : Kualitas Pelayanan

Dari operasionalisasi diatas, diperlukan indikator-indikator dari masing-masing variabel yang memungkinkan untuk diuji. Berikut ini adalah indikator-indikator dari masing-masing variabel :

**Tabel III.2**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Produk (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Performance</li> <li>2. Reability</li> <li>3. Durability</li> <li>4. Conformance</li> <li>5. Service ability</li> <li>6. Aestheics</li> <li>7. Feature</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenyamanan</li> <li>2. Kemudahan</li> <li>3. Merek produk</li> <li>4. Jenis produk</li> <li>5. Kesesuaian produk</li> <li>6. Jaminan produk</li> <li>7. Daya tahan Produk</li> <li>8. Ukuran produk</li> <li>9. Keunikan produk</li> <li>10. Model produk</li> </ol>	Ordinal
Sumber: (Fajar Laksana 2008, 89)			
Kualitas Pelayanan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reability</li> <li>2. Responsiveness</li> <li>3. Competence</li> <li>4. Credibility</li> <li>5. Tangibles</li> <li>6. Communication</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan</li> <li>2. Keramahan</li> <li>3. Kemampuan</li> <li>4. Komunikasi</li> <li>5. Tepat waktu</li> <li>6. Persaingan</li> <li>7. Pelayanan jika terjadi kerusakan</li> <li>8. Informasi</li> <li>9. Perhatian</li> <li>10. Tata bahasa</li> </ol>	Ordinal
Sumber : (Fajar Laksana 2008, 91)			
Loyalitas Pelanggan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian secara teratur</li> <li>2. Merekomendasikan produk</li> <li>3. Kekebalan dari daya tarik produk sejenis</li> <li>4. Pembelian diluar lini produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian produk</li> <li>2. Tidak terpengaruh</li> <li>3. Referensi</li> <li>4. Pemberian pelayanan</li> <li>5. Pemberian bonus</li> <li>6. Perbandingan</li> <li>7. Fluktuasi dan penyesuaian harga</li> <li>8. Pembelian ulang</li> <li>9. Konsisten pelanggan</li> <li>10. Memahami pelanggan</li> </ol>	Ordinal
Sumber: (Ratih Huryati 2008, 130)			

## **G. Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel dari judul yang telah penulis tentukan, yaitu pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Dimana terdapat satu variabel bebas (variabel independen) yang saling berhubungan dengan dua variabel terikat (variabel dependen). Tahap operasionalisasi adalah tahap penerjemah konsep yang masih menjadi variabel, indikator, dan definisi operasionalisasi.

Dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk merupakan variabel bebas pertama ( $X_1$ )
2. Kualitas Pelayanan merupakan variabel bebas kedua ( $X_2$ )
3. Loyalitas Pelanggan merupakan variabel terikat ( $Y$ )

### **1. Pengujian Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dengan menggunakan instrumen yang valid dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid (Sugiyono 2016, 121).

Dalam perhitungan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 atau 5% yang merupakan ukuran standar yang sering dipakai dalam melakukan penelitian. Butir – butir pertanyaan dapat dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, namun sebaliknya jika  $r$

hitung  $< r$  tabel maka dikatakan tidak valid. Dalam teknik pengujian validitas adalah dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Korelasi Produk Moment Pearson) dan *Corrested Item-Total Correlation*.

Rumus Korelasi Produk Moment Pearson :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

n = Banyaknya subjek

x = Skor item

y = Skor total

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi item total.

#### b. Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Alpa-Cronbach.

Rumus reabilitas dengan metode Alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum ab^2}{a1^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Reabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya skor pertanyaan

$\sum a^2$  = Jumlah varian skor

$\alpha^2$  = Varian total

**Tabel III.3**

**Metode Alpa-Cronbach**

Alpha	Tingkat Reliabilitas
>0,00 s/d 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 s/d 0,40	Agak Reliabel
>0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 s/d 0,80	Reliabel
>0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

**2. Analisis Regresi**

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menguji secara statistik terhadap variabel-variabel yang telah dikumpulkan dengan menggunakan bantuan SPSS 25. Pengujian dilakukan dengan melakukan analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda ini digunakan untuk mencari pengaruh antara nilai variabel yang ada biasanya variabel X dan Y menampilkan simbol dari suatu data dimana Y sebagai variabel tergantung dan X sebagai variabel bebas, nilai dicari dengan menggunakan persamaan regresi :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

$\gamma$  = Loyalitas Pelanggan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

#### b. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan alat tukar ukur untuk melihat ada keterikatan antara Y dan X1, X2 secara bersamaan.

Apabila memiliki 3 variabel Y, X1, X2 maka korelasi dapat digambarkan dengan rumus sebagai berikut :

$$R = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Pelayanan

Dengan kesimpulan :

R = 0 : Tidak ada hubungan antara ketiga variabel

R = 1 : Hubungan kuat atau positif

R = -1 : Hubungan lemah atau negatif

### 3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini digunakan H statistik yaitu suatu kriteria yang dapat untuk diolah dan diterimanya suatu hipotesis atau tidak.

Untuk pengujian hipotesis tentang Q, maka diasumsikan sebagai berikut :

- $H_0 : P = 0$  (tidak ada hubungan antara X dan Y)
- $H_0 : P > 0$  (ada hubungan positif antara X dan Y)
- $H_0 : P < 0$  (ada hubungan negatif antara X dan Y)
- $H_0 : P \neq 0$  (ada hubungan antara X dan Y)

#### a. Uji t

Uji hipotesis t dipakai untuk mencari apakah korelasi r yang didapat ada artinya atau tidak. Dan juga untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Oleh karena itu perlu diadakan pengujian hipotesis bahwa  $H_0 = 0$  atau tidak berarti melawan  $H_1 \neq 0$  atau mempunyai arti.

Hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

- a.  $H_0: B = 0$ ; artinya variabel bebas ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y)

b.  $H_0 : B \neq 0$  ; artinya variabel bebas ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ )

Untuk pengujian ini menggunakan statistik t dengan rumus:

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

Untuk menentukan nilai ttabel , digunakan tingkat signifikansi 5% (= 0,05), dengan derajat kebebasan (degree of freedom)  $df = (n-k-1)$ , dimana n adalah jumlah observasi/sampel dan k adalah jumlah variabel.

Ketentuan dari penerimaan atau penolakan hipotesis itu adalah jika nilai signifikan lebih besar dari 5%, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 5%, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### b. Uji f

Pengujian statistik f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Dirumuskan dalam hipotesis sebagai berikut:

a.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$

Artinya, variabel-variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b.  $H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$

Artinya, variabel-variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat dengan rumus:

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-K-1)}$$

Dimana:

R = Koefisien korelasi ganda

K= Jumlah variabel Independent

N = Jumlah anggota sampel

Ketentuan dari penerimaan atau penolakan hipotesis itu adalah bahwa:

$F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

$F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak.

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$ , digunakan tingkat signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = (k-1) ; (n-k)$ , dimana n adalah jumlah observasi/sampel dan k adalah jumlah variabel termasuk intersep.

Untuk pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai F penelitian dengan nilai F pada tabel dengan cara:

1. Menghitung F penelitian yang didapatkan melalui kolom F pada tabel anova yang didapatkan dari output program SPSS Versi 25.
2. Menghitung nilai F tabel dengan taraf signifikansi tertentu.
3. Menggunakan kriteria hipotesis sebagai berikut:
  - a. Jika F penelitian  $>$  nilai F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
  - b. Jika F penelitian  $<$  nilai F tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
4. Mengambil keputusan apakah  $H_0$  atau  $H_a$  yang diterima.

#### **4. Analisis Koefisien Penentu ( Determinasi )**

Koefisien penentu merupakan alat analisa yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel x terhadap naik atau turunnya variabel y, maka rumus koefisien penentunya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KP : Koefisien Penentu

r : Nilai koefisien korelasi