



**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT. TECO MULTIGUNA ELEKTRO**

Skripsi

Dibuat Oleh:

Rima Surya Candra Putri Utami

021114143

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

MARET 2018

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT. TECO MULTIGUNA ELEKTRO

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Bojonegara

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi,

(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

Ketua Program Studi,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Herdiyana'.

(Herdiyana, SE., MM.)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT. TECO MULTIGUNA ELEKTRO**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Kamis Tanggal : 29 / Maret / 2018

Rima Surya Candra Putri Utami

021114143

Menyetujui,

Ketua Sidang



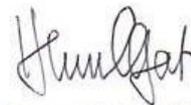
(Hj. Dra. Sri Hartini., M.M)

Ketua Komisi Pembimbing



(Hj. Dra. Sri Hartini., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Yetty Husnul H, S.E., M.M)

ABSTRAK

Disusun Oleh **RIMA SURYA CANDRA PUTRI UTAMI** Manajemen Pemasaran Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Teco Multiguna Elektro. Ketua Komisi Pembimbing, **SRI HARTINI**. Dan Anggota Komisi Pembimbing, **YETTY HUSNUL HAYATI** Tahun 2018.

PT. Teco Multiguna Elektro merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur dan memproduksi dinamo elektrik. Kualitas produk dinamo dinilai baik oleh konsumen, akan tetapi terjadi masalah/gap pada tahun 2016- 2017 yaitu penurunan penjualan yang cukup signifikan. Hal ini tidak sesuai dengan harapan perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas produk dan loyalitas pelanggan pada PT. Teco Multiguna Elektro, dan juga untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. Teco Multiguna Elektro. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode penelitian explanatory survey. Dan populasinya berjumlah 74 responden dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui kuisioner dengan menggunakan teknik analisis meliputi : (1) uji kualitas data, terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas (2) uji asumsi klasik, terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heterokedasitas, dan uji autokorelasi. (3) uji regresi linier berganda, dengan menggunakan perhitungan dari program SPSS 23.

Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 4,555 + 0,045X_1 + 0,073X_2 + 0,255X_3 + 0,026X_4 + 0,232X_5 + 0,013X_6 + 0,025X_7 + 0,183X_8$. Hasil pengujian variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan untuk indikator kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, serviceability, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan adalah sebesar (0,045), (0,073), (0,255), (0,026), (0,232), (0,013), (0,025), (0,183). Maka berarti, Jika kualitas produk meningkat, maka ia akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar jumlah tersebut pada tiap indikator. Oleh karena itu, hipotesis dapat diterima.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya dan senantiasa mencurahkan maha kasih dan sayang –Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan makalah ini, shalawat beriring salam penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi umat manusia di setiap penjuru bumi, sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan penulisan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada : Dr. Hendro Sasongko., MM., SE., Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

1. Bapak Herdiyana., MM., SE. Selaku Ketua Jurusan Manajemen.
2. Ibu Tutus Rully., MBA., SE Selaku Sekretariat Jurusan.
3. Ibu Hj Dra Sri Hartini., MM. Selaku Dosen Pembimbing Utama
4. Ibu Yetty Husnul Hayati., MM., SE Selaku Dosen Pembimbing Kedua
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh studi.
6. Untuk sahabatku Silvi Oktavia, Klara Yolanda, Stefani Desi Natalia, Sunarti Sri syahyani, Fina Yuliyana, Putri Aulia Adi, Kiki Eka Setiawati, Nurfitriyani, Elsa Yonita, Herlina Setiorini, Meylinda Kartina Putri, Wilda Oktaviani, Citra Dea Hertika yang tak henti memberi semangat dan dikingan dalam segala bentuk upaya untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Teman-teman sejawat di fakultas ekonomi universitas pakuan bogor angkatan 2014 khususnya kelas C yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung yang tidak bisa di beberkan satu persatu.

Dan saya mengucapkan terimakasih yang tak terhingga untuk kedua orang tua, dan adik yang selalu senantiasa mendukung dan memberikan semangat serta kasih sayang mereka berikan kepada penulis selama menempuh studi.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa makalah seminar proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan makalah seminar proposal ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bogor, 7 Maret 2018

Rima Surya Candra Putri Utami

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1. Identifikasi Masalah	4
1.2.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.3.1. Maksud Penelitian	4
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.4.1. Kegunaan teoritis.....	5
1.4.2. Kegunaan praktek	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran	6
2.1.1. Definisi Pemasaran	6
2.2. Pengertian Produk.....	6
2.3. Pengertian Kualitas Produk	7
2.3.1. Definisi Kualitas Produk.	7
2.3.2. Indikator Kualitas Produk.....	7
2.4. Pengertian Kepuasan Konsumen	9
2.4.1. Definisi Kepuasan Konsumen	9
2.5. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	10
2.5.1. Definisi Loyalitas Pelanggan.....	10
2.5.2. Indikator Loyalitas Pelanggan	10
2.5.3. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	11
2.5.4. Prinsip –Prinsip Loyalitas.....	12
2.6. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	13
2.6.1. Penelitian Sebelumnya	13
2.6.2. Kerangka Pemikiran dan Konstelasi Penelitian.....	15
2.6.3. Hipotesis Penelitian	16

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	17
3.2. Objek, Unit Analisis Dan Lokasi Penelitian.....	17
3.2.1. Objek Penelitian	17
3.2.2. Unit Analisis Penelitian	17
3.2.3. Lokasi Penelitian.....	17
3.3. Jenis Dan Sumber Data Penelitian.....	17
3.4. Operasionalisasi Variable	18
3.5. Metode Penarikan Sample	19
3.6. Metode Pengumpulan Data	19
3.7. Metode Pengolahan Data Dan Analisis Data	23
3.7.1. Metode Pengolahan Data	23

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1.1. Sejarah Dan Perkembangan Perusahaan	28
4.1.2. Maksud Dan Tujuan Perusahaan.....	28
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	29
4.1.4. Visi Dan Misi Perusahaan.....	30
4.1.5. Produk Yang Dihasilkan Perusahaan	30
4.2. Profil Responden	30
4.3. Pembahasan	32
4.3.1. Kualitas Produk (X)	32
4.3.2. Loyalitas Pelanggan (Y).....	46
4.3.3. Analisis Regresi Berganda	54
4.3.3.1. Analisis Regresi Berganda.....	54
4.3.3.2. Uji Asumsi Klasik	55

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	61
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.....

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konstelasi Penelitian	16
Gambar 2. Struktur Organisasi Perusahaan	29

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Dinamo Elektrik.....	2
Tabel 2. Penelitian – Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. Operasionalisasi Variabel	18
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	20
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	22
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	23
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan	23
Tabel 8. Hasil Uji F Simultan	27
Tabel 9. Jenis Kelamin Pelanggan	31
Tabel 10. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	31
Tabel 11. Lamanya Menjadi Pelanggan.....	32
Tabel 12. Jumlah Order Satu Bulan Terakhir	32
Tabel 13. Mudah Dalam Penggunaan Dinamo	33
Tabel 14. Cocok Sebagai Dinamo Khusus.....	33
Tabel 15. Manfaat Yang Didapat	33
Tabel 16. Body Dinamo	34
Tabel 17. Variasi Dan Materi Produk	35
Tabel 18. Pembungkus Dinamo 3 Lapisan	35
Tabel 19. Ketebalan Lapisan Pembungkus	36
Tabel 20. Banyaknya Lapisan Pembungkus	36
Tabel 21. Lapisan Pembungkus Tak Mudah Pecah	37
Tabel 22. Ukuran Dinamo Sesuai Standart.....	38
Tabel 23. Jumlah Dinamo Sesuai Order	38
Tabel 24. Kualitas Produk Terjamin	39
Tabel 25. Jarang Terjadi Kerusakan Pada Dinamo	39
Tabel 26. Produk Dinamo Kuat Dan Tahan Lama.....	40
Tabel 27. Produk Dinamo Tidak Cepat Panas	40
Tabel 28. Kondisi Pengangkutan Dinamo Baik.....	41
Tabel 29. Perusahaan Cepat Tanggap	41
Tabel 30. Warna Dinamo Terlalu Pucat.....	42
Tabel 31. Warna Dinamo Terlalu Gelap	43
Tabel 32. Desain Kemasan Dinamo Yang Menarik.....	43
Tabel 33. Kualitas Lebih Baik Dibanding Dinamo Lain	44
Tabel 34. Pabrik Dinamo No 1 Di Indonesia.....	44
Tabel 35. Sebaran Interval Kualitas Produk	45
Tabel 36. Jumlah Skor Responden.....	45
Tabel 37. Keteraturan Pembelian Ulang Produk.....	46
Tabel 38. Jika Ada Produk Baru Akan Terus Membeli.....	47
Tabel 39. Saya Akan Melakukan Pembelian Ulang Secara Rutin.....	47
Tabel 40. Tetap Membeli Saat Harga Meningkat	48

Tabel 41. Membeli Semua Jenis Produk.....	49
Tabel 42. Akan Membeli Walau Terdapat Info Negatif	49
Tabel 43. Merekomendasikan Dinamo Kepada Orang Lain.....	50
Tabel 44. Mereferensikan Kepada Orang Lain Tentang Produk	51
Tabel 45. Jika Ada Yang Membutuhkan Informasi Saya Akan Merekomendasikan	51
Tabel 46. Kesetiaan Terhadap Produk	52
Tabel 47. Saya Tidak Terpengaruh Dengan Produk Dinamo Lain.....	52
Tabel 48. Saya Hanya Membeli Produk Pt. Teco	53
Tabel 49. Sebaran Interval Loyalitas Pelanggan.....	54
Tabel 50. Jumlah Skor Responden.....	54
Tabel 51. Uji Normalitas.....	55
Tabel 52. Uji Multikolinearitas	55
Tabel 53. Uji Heterokedasitas	56
Tabel 54. Uji Autokorelasi.....	57
Tabel 55. Hasil Analisis Regresi Berganda	59

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Keterangan Magang
- Lampiran 2. Kuisisioner

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam kemajuan teknologi di berbagai bidang seperti sekarang ini, dunia usaha semakin tinggi persaingan dalam bisnis, terutama di Indonesia di tandai dengan adanya perusahaan – perusahaan yang banyak menawarkan produk yang berkualitas dan mampu bersaing di pasaran. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, mengembangkan usahanya, dan untuk mendapatkan laba yang optimal. Salah satu penyebab yang mempengaruhi turunnya pangsa pasar yaitu menurunnya minat pembeli, kualitas barang yang kurang efektif dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, karena produk yang ditawarkan belum bisa dipercayai oleh konsumen.

Menurut Deliyanti Oentoro (2012 : 135), product quality adalah kinerja produk sesuai dengan kebutuhan, keiinginan, dan harapan konsumen.

Kualitas produk yang dihasilkan oleh PT. Teco Multiguna Elektro seperti AC dan dynamo elektrik dinilai baik oleh konsumen. Hal ini terlihat Dari pengaruh langsung yang diberikan, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sudah termasuk kuat. Kualitas produk dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen produk dari PT. Teco Multiguna Elektro. Kepuasan konsumen merupakan suatu evaluasi paska pembelian yaitu dengan membandingkan harapan konsumen dengan kenyataan yang diterimanya. Untuk selalu menjaga kepuasan konsumen maka produk dari PT. Teco Multiguna Elektro harus dapat mengetahui hal – hal yang menjadi harapan dari konsumen.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan industri di Indonesia, maka kebutuhan akan dinamo elektrik juga semakin meningkat, oleh Karena itu PT. Teco Multiguna Elektro berkomitmen untuk terus membenahi diri agar dapat memenuhi permintaan produk dengan kualitas prima dan layanan kelas dunia, hal ini sejalan dengan berubahnya TECO GROUP menjadi raksasa industri manufaktur motor multinasional yang semakin kompetitif dan beragam produknya.

Produk dariPT. Teco Multiguna Elektro selalu memberikan kualitas maupun pelayanannya yang terbaik kepada konsumen, supaya dapat menarik pembeli dan mempertahankan produknya agar tidak kalah dengan produk – produk lainnya yang ada di pasaran. Dengan kualitas yang bagus dan sudah dipercaya maka konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri dari apa yang telah digunakan tersebut, sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang akan barang – barang tersebut yang dianggap sudah selesai dengan manfaat yang diinginkannya.

Sangatlah penting bagi perusahaan untuk memperhatikan perkembangan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kunci utama bagi perusahaan agar supaya mampu memenangkan persaingan di pasaran yaitu menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama bagi perusahaan yang harus dicapai. Selain itu perusahaan juga harus menjaga dan mempertahankan pelanggan supaya tetap menggunakan produk yang ditawarkan. Didalam suatu proses keputusan, konsumen tidak hanya berhenti hanya sampai proses konsumsi. Konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap barang atau produk yang dikonsumsinya. Hasil dari proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya adalah konsumen akan puas atau tidak puas terhadap barang atau produk yang di konsumsi tersebut. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi ulang barang produk tersebut.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah.

Menurut Rika Mawarni Sari (2015 ; 3), Loyalitas pelanggan sudah menjadi gagasan sentral dalam pemasaran, suatu produk yang memiliki merek terkenal dan berkualitas, akan lebih mudah dalam pemasarannya dan sudah dipercaya kualitas dan manfaatnya oleh para konsumen, mereka akan memberikan penilaian terhadap produk tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa seorang konsumen yang loyal terhadap suatu merek tidak akan dengan mudah melupakan merek tersebut. Konsumen yang benar – benar loyal mereka akan melakukan pembelian ulang dan tidak tertarik dengan produk lain meskipun ada perubahan – perubahan yang terjadi pada produk yang disukai dan adanya penawaran produk lain yang lebih unggul dari produk itu.

Berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari perusahaan, perusahaan pesaing PT. Teco Multiguna Elektro yaitu PT. Alumindo Light Metal Industri Tbk. Berikut dipaparkan data penjualan yang diperoleh dari bursa efek indonesia / www.idx.co.id dimana pada tahun 2016 mencapai angka Rp 32,983,765,282.

Berikut ini adalah data pelanggan dan penjualan produk dari PT. Teco Multiguna Elektro.

Tabell.
Data penjualan dinamo elektrik
Periode 2016-2017

No	Bulan	Pelanggan	Unit Terjual 2016	Unit terjual 2017
1	Januari	6	8702	6099
2	Februari	7	8070	8005
3	Maret	6	8071	8016
4	April	6	8078	6992
5	Mei	8	9073	7891
6	Juni	7	8074	7785
7	Juli	7	8075	8892
8	Agustus	7	8076	8266
9	September	5	7500	7181
10	Oktober	6	7198	7789
11	November	5	7003	5567
12	Desember	4	6080	6432
Jumlah		74	94000	88915
TARGET PENJUALAN			100.000	100.000
Harga Per Unit (Rp)			500.000	500.000
Total (Rp)			47 milyar	44,46 milyar

Sumber : PT. Teco Multiguna Elektro (2017)

Secara teori, ketika kualitas produk bagus, maka pelanggan akan puas dan loyal, namun faktanya, berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa penjualan barang dari bulan Januari sampai bulan Maret mengalami penurunan. Kemudian meningkat pada bulan April dan Mei. Kemudian terjadi penurunan kembali pada bulan Juni dan peningkatan pada bulan Juli dan Agustus. lalu pada bulan September sampai bulan Desember mengalami penurunan penjualan. Jumlah unit terjual hanya mencapai angka 94.000 unit atau sekitar 94% dari target yang ditetapkan. Dan secara keseluruhan, penjualan pada tahun 2016 tidak mencapai target yang ditetapkan perusahaan yaitu berjumlah 100.000 unit. Begitupun di tahun 2017 tetap berfluktuasi dan tidak tercapai target.

Untuk membuktikan kualitasnya itu, PT. Teco Multiguna Elektro telah berhasil memperoleh sertifikasi ISO 9001:2008 CNS, JIS (JEM), NEMA dan persyaratan spesifikasi BS dengan produk lini yang lengkap dan sangat efisien serta explosion-proof motornya dari ¼ - 300 HP dengan voltage max 380 volts. Akan tetapi dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan, ternyata dalam kurun waktu satu tahun pada 2016, dari 74 pelanggan, jumlah keluhan terdapat 8 pelanggan. Dan

pada tahun 2017 jumlah keluhan mencapai 9 pelanggan. hal ini mencakup keluhan akan durasi penggunaan produk, kerusakan, dan produk cacat.

Berdasarkan uraian – uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. TECO MULTIGUNA ELEKTRO”**

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Kualitas produk yang dihasilkan oleh PT. Teco Multiguna Elektro yaitu dinamo elektrik dinilai baik oleh konsumen. Hal ini terlihat Dari pengaruh langsung yang diberikan, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sudah termasuk kuat. Kualitas produk dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen produk dari PT. Teco Multiguna Elektro.

Karena ketika kualitas produk baik maka akan berdampak pada peningkatan penjualan. Yang akan mengarah kepada loyalitas pelanggan. Namun pada kenyataanya, kualitas produk diatas rata-rata yang dimiliki oleh PT Teco Multiguna Elektro belum mampu mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan belum tercapainya target penjualan pada tahun 2016-2017 yang dijelaskan dengan data penjualan yang masih fluktuatif dalam periode tersebut. Hal tersebut yang mendasari penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

1.2.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk PT. Teco Multiguna Elektro ?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan pada PT. Teco Multiguna Elektro ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Teco Multiguna Elektro ?

1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dan relevan untuk melengkapi penulisan skripsi yang merupakan kegiatan yang harus diikuti oleh setiap mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Selain itu penulis berharap agar penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Teco Multiguna Elektro.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kualitas produk pada PT. Teco Multiguna Elektro.

2. Untuk menganalisis loyalitas pelanggan pengguna produk PT. Teco Multiguna Elektro.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan PT. Teco Multiguna Elektro.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang akan dilakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan tambahan secara teoritis dan pengembangan pengetahuan bagi penulis khususnya mengenai loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, serta dapat dimanfaatkan oleh para akademisi sebagai bahan referensi untuk penelitian pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Teco Multiguna Elektro.

2. Kegunaan Praktek

1. Dengan penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan masukan bagi PT. Teco Multiguna Elektro untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bisa menjadi bahan pertimbangan dalam membuat atau merencanakan keputusan penjualan yang tepat dan juga menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam upaya meningkatkan pendapatan perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran

Definisi Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2012 : 5) “*marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is meeting needs profitability,*” Yang berarti pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia. Salah satu definisi singkat yang baik pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Menurut Kotler & Armstrong (2012 : 29) “*marketing is the procces by which company create value for customers and build strong customers relationships in order to capture value from customers in return.*” Yang berarti pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan kuat dengan konsumen untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa arti pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia kemudian membangun hubungan kuat dengan konsumen untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya dengan cara yang menguntungkan.

2.2.Pengertian Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaanya. Menurut Phillip Kotler dan Gary Armstrong (2008, 266) product sebagai segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Menurut Willian J. Stanton dalam Teori, Kuesioner Dan Analisis Data (2013, 8) arti mengenai produk yaitu sebuah produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi

Menurut Indriyono Gitosudarmo dalam buku Danang Suntoyo (2014, 69), produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Bicara mengenai produk maka aspek yang harus diperhatikan adalah kualitas produk.

Maka dari definisi diatas dapat diartikan bahwa sebuah produk seharusnya merupakan atribut fisik nyata yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi dan produk dapat berupa benda fisik, jasa, orang, dan lain-lain yang dapat dibedakan menurut ukuran, harga, penampilan, atau beberapa atribut lainnya.

2.3. Pengertian Kualitas Produk

2.3.1. Definisi Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong, (2008 ; 272), Kualitas Produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Menurut Deliyanti Oentoro (2012 : 135), product quality adalah kinerja produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

Menurut Phillip Kotler dan Gary Amstrong (2010 : 253), *product quality is one of the marketer's major position tools. Quality has direct impact on product or service performance; thus, it is closely linked to customers value and satisfaction. The characteristic of a product or service that bear on ability to satisfy stated or implied customer needs.*

Maka dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu proses penilaian fungsi-fungsi penting yang dimiliki oleh suatu produk mengenai beberapa aspek seperti kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang diimplikasikan.

2.3.2. Indikator Kualitas Produk

Ada delapan indikator kualitas produk menurut Kotler Dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2011 : 8) seperti berikut ini :

1. Bentuk (*form*), meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.
2. Fitur (*feature*), aspek-aspek keistimewaan, karakteristik, layanan khusus, ragam keuntungan yang diintegrasikan / dibawa didalam suatu produk terpapar kepada pelanggan/social/umum.
3. Kualitas kinerja (*performance quality*), adalah tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Misalnya haega, kebersihan dan rasa.
4. Kesan kualitas (*perceived quality*), persepsi konsumen terhadap totalitas mutu dan keunggulan merk.

5. Ketahanan (*durability*), ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.
6. Keandalan (*reability*), adalah ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam waktu tertentu.
7. Kemudahan perbaikan (*repairability*), adalah ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tak berfungsi atau gagal.
8. Desain (*design*), adalah totalitas fitur yang menghubungkan tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

David Garvin (2009,114) Eight dimention of product quality. Management can be used at strategic level to analyze quality characteristic. Some of the dimensions are mutually reinforcing, whereas other are not improvement in one may be at the expense of other. Understanding the trade offs desired by customers among these dimensions can help build a competitive advantage. Eight dimensions can be summarized as follows.

1. *Performance*
2. *Features*
3. *Reliability*
4. *Conformance*
5. *Durability*
6. *Serviceability*
7. *Aesthetics*
8. *Perceived quality*

Menurut David Garvin dalam buku Zulian Yamit (2013:10) mengembangkan dimensi kualitas kedalam delapan dimensi yang dapat digunakan sebagai dasar perencanaan strategis terutama bagi perusahaan atau manufaktur yang menghasilkan barang. Kedelapan dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja), yaitu karakteristik pokok dari produk inti.
2. *Features* (fitur), yaitu karakteristik perlengkapan atau tambahan.
3. *Reliability* (kehandalan), yaitu tingkat kegagalan pemakaian.
4. *Conformance* (kesesuaian), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability* (daya tahan), yaitu berapa lama produk terus dapat digunakan.
6. *Serviceability*, yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan, dalam pemeliharaan dan penanganan keluhan yang memuaskan.

7. *Esthetic* (estetika) yaitu menyangkut corak, rasa, dan daya tarik produk.
8. *Perceived*, yaitu menyangkut citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan.

Dari teori para ahli diatas, dapat dikatakan bahwa dimensi kualitas adalah sebagai berikut :

1. Kinerja(*performance*)
2. Keistimewaan tambahan(*features*)
3. Keandalan(*reliability*)
4. Kesesuaian dengan spesifikasi(*conformance to specification*)
5. Daya tahan(*durability*)
6. *Serviceability*
7. Estetika
8. Kualitas yang dipersepsikan(*perceived quality*)

2.4. Pengertian Kepuasan Konsumen

Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dalam Teori, Kuesioner Dan Analisis Data (2013, 35) definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasakan kecewa. Tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang, atau gembira.

Menurut Howard dan Sheth (1969) dalam buku Fandi Tjiptono (2014:353) kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

2.5. Pengertian Loyalitas Pelanggan.

2.5.1. Definisi Loyalitas Pelanggan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Menurut Oliver dalam Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009 : 138), loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Menurut Olson dalam Sukmawati (2011:25), loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut. Loyalitas pelanggan tidak bisa tercipta begitu saja, tetapi harus dirancang oleh perusahaan dan harus mengetahui indikator-indikatornya.

Menurut Rika Mawarni Sari, (2015 : 3) Loyalitas pelanggan sudah menjadi gagasan sentral dalam pemasaran, suatu produk yang memiliki merek terkenal dan berkualitas, akan lebih mudah dalam pemasarannya dan sudah dipercaya kualitas dan manfaatnya oleh para konsumen, mereka akan memberikan penilaian terhadap produk tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa seorang konsumen yang loyal terhadap suatu merek tidak akan dengan mudah melupakan merek tersebut. Konsumen yang benar – benar loyal mereka akan melakukan pembelian ulang dan tidak tertarik dengan produk lain meskipun ada perubahan – perubahan yang terjadi pada produk yang disukai dan adanya penawaran produk lain yang lebih unggul dari produk itu.

Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli secara berulang-ulang terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu badan usaha dalam jangka waktu tertentu.

2.5.2. Indikator Loyalitas Pelanggan

Konsumen yang loyal merupakan asset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Menurut Etta Mamang

Sangadji dan Sopiah (2013:115) untuk mengukur loyalitas diperlukan beberapa atribut, yaitu :

1. Mengatakan hal positif tentang perusahaan kepada orang lain
2. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran.
3. Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan utama ketika melakukan pembelian
4. Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan dalam beberapa tahun mendatang

Menurut Griffin (2005:31) loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembeli. Pelanggan yang loyal adalah orang yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur.
2. Membeli antara lini produk dan jasa.
3. Merekomendasikan produk kepada orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah. Kemudian pelanggan akan dapat mereferensikan produk tersebut kepada pihak lain.

2.5.3. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Hawkins dan Coney (2005) dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:112) mengemukakan alasan pentingnya menumbuhkan dan menjaga loyalitas konsumen, antara lain :

1. Konsumen yang sudah ada memberikan prospek keuntungan yang cenderung lebih besar
2. Biaya yang dikeluarkan untuk menjaga dan mempertahankan konsumen yang sudah ada lebih kecil dibandingkan dengan biaya untuk mencari konsumen yang baru
3. Kepercayaan konsumen pada suatu perusahaan dalam satu urusan bisnis akan membawa dampak, mereka juga akan percaya pada bisnis yang lain.
4. Loyalitas konsumen bisa menciptakan efisiensi.

5. Hubungan yang sudah terjalin lama antara perusahaan dengan konsumen akan berdampak pada pengurangan biaya psikologis dan sosialisasi
6. Konsumen lama akan mau membela perusahaan serta mau memberi referensi kepada teman-teman dan lingkungan untuk mencoba berhubungan dengan perusahaan.

Terciptanya loyalitas pelanggan tentunya menjadi salah satu asset penting dalam menjalankan sebuah usaha. Menurut Zeithaml dan Bitner (2005) dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:110) mengemukakan bahwa untuk mewujudkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan dibutuhkan langkah kunci yang saling terikat, yaitu :

1. Komitmen dan keterlibatan manajemen puncak
2. Tolok ukur internal (internal benchmarking)
3. Identifikasi kebutuhan pelanggan
4. Penilaian kapabilitas persaingan
5. Pengukuran kepuasan dan loyalitas pelanggan
6. Analisis umpan balik dari pelanggan, mantan pelanggan, non pelanggan dan pesaing.
7. Perbaikan berkesinambungan

2.5.4. Prinsip-Prinsip Loyalitas

Pada hakikatnya loyalitas pelanggan dapat diibaratkan sebagai perkawinan antara perusahaan dan public (terutama pelanggan inti). Kotler (2005) dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:109) jalinan relasi ini akan langsung bila dilandasi sepuluh prinsip pokok loyalitas pelanggan berikut :

1. Kemitraan yang didasarkan pada etika dan integrasi utuh.
2. Nilai tambah (kualitas, biaya, waktu, siklus, teknologi, profitabilitas) dalam kemitraan antara pelanggan dan pemasok
3. Sikap saling percaya antara manajer dan karyawan, serta antara perusahaan dan pelanggan inti.
4. Keterbukaan (saling berbagi data teknologi, strategi, dan biaya) antara pelanggan dan pemasok.
5. Pemberian bantuan secara aktif dan konkret. Konsumen industrial wajib melatih atau mendampingi pemasok dalam penerapan berbagai alat dan teknik perbaikan kualitas, reduksi biaya, dan reduksi waktu siklus. Sebaliknya, pemasok juga harus membantu pelanggan dalam hal desain, model rekayasa nilai, penetapan target biaya dan penentuan spesifikasi, produk atau jasa.
6. Tindakan berdasarkan semua unsure antusiasme konsumen.

7. Focus pada factor-faktor yang tidak terduga yang bisa menghasilkan kesenangan pelanggan (customer delight)
8. Kedekatan dengan pelanggan internal dan eksternal.
9. Pembinaan relasi dengan pelanggan pada tahap purna beli.
10. Antisipasi kebutuhan dan harapan pelanggan dimasa yang akan datang.

2.6. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.6.1 Penelitian sebelumnya

Table 2.
Penelitian terdahulu

No	Judul	Peneliti	Hasil penelitian
1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta)	Lamidi Marjam Desma Rahadhini (2013)	Berdasarkan hasil pengujian se-tiap hipotesis, diperoleh kesimpulan: (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta; (2) Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta; (3) Kepuasan memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta. Dengan demikian semua hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

No	Judul	Peneliti	Hasil penelitian
2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Modernisasi Pada PT. Yamaha Motor	Siti Fauziah (2014)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan
3	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Pada Cv Jenang Karomah.	Rifqi Purwo Adi (2013)	Kualitas produk berpengaruh positif langsung terhadap loyalitas konsumen jenang karomah artinya terdapat hubungan langsung, apabila kualitas produk meningkat, maka kepuasan konsumen akan meningkat dan penyebab loyalitas konsumen akan meningkat juga.

2.7.2. Kerangka Pemikiran

Kualitas produk suatu perusahaan akan menjadi salah satu factor yang paling utama dalam membentuk kepuasan pelanggan, perusahaan akan tetap berdiri dan terus berkembang jika senantiasa memberikan kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan menjadi puas dan loyal. Kualitas produk adalah salah satu sasaran positioning utama pemasar, .kualitas berhubungan erat dengan nilai kepuasan pelanggan. Secara sempit, kualitas didefinisikan sebagai “bebas dari kerusakan” menurut David Garvin dalam buku Zulian Yamit (2013:10) Produk yang berkualitas dapat diukur dengan menggunakan indikatornya, antara lain: (1) kinerja, (2) keistimewaan tambahan, (3) keandalan, (4) kesesuaian dengan spesifikasi, (5) daya tahan (6) *serviceability*(7) estetika, (8) kualitas yang dipersepsikan. Apabila kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas.

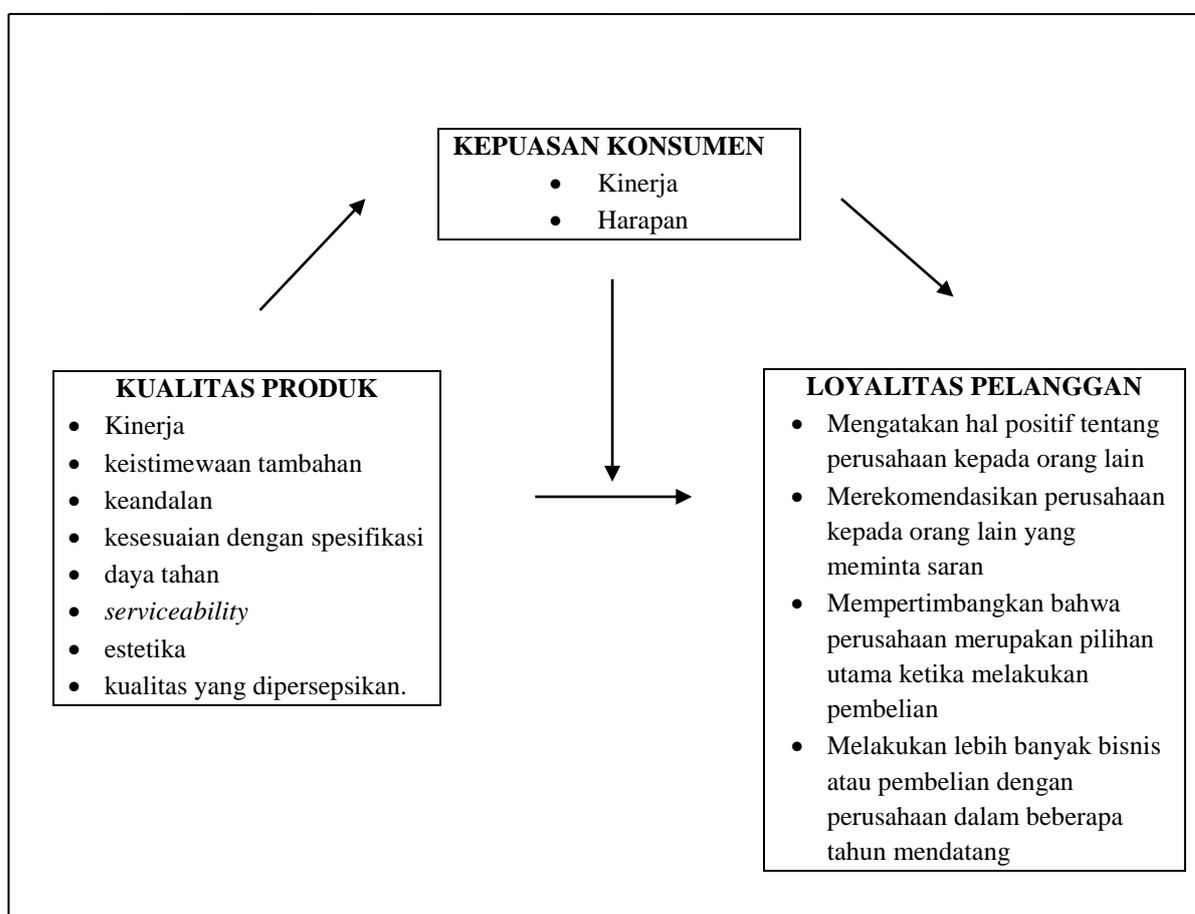
Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya : hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap

merek. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kotler dan Keller (2007:117)

Menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:115) untuk mengukur loyalitas diperlukan beberapa atribut, yaitu : (1) Mengatakan hal positif tentang perusahaan kepada orang lain, (2) Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran, (3) Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan utama ketika melakukan pembelian, (4) Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan dalam beberapa tahun mendatang.

Apabila yang dirasakan pelanggan melebihi dari apa yang diharapkan, hal tersebut berarti pelanggan telah terpenuhi kepuasannya. Jika pelanggan telah merasa puas, biasanya akan melakukan kegiatan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk tersebut. Dikemudian hari serta pelanggan akan lebih loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan pemikiran ini, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut :



Gambar 1.
Konstelasi Penelitian

2.7.3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka yang berupa landasa teori dan penelitian terdahulu maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut :

1. Kualitas produk dinamo elektrik Tecocukup baik.
2. Pelangganproduk dinamo elektrik Teco cukup loyal.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis bersifat verivikatif dengan metode penelitian *explanatory survey*. Metode penelitian *explanatory survey* adalah metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Jenis penelitian verivikatif menggunakan statistik inferensial, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya tersebut dapat diberlakukan untuk populasi.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel Kualitas Produk dengan indikator : kinerja, keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, *serviceability*, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan. Serta variabel loyalitas pelanggan dengan indikator : melakukan pembelian berulang secara teratur, melakukan pembelian di semua lini produk, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

3.2.2. Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan dan pelanggan yang melakukan pembelian dynamo elektrik pada PT. Teco Multiguna Elektro.

3.2.3. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada PT. Teco Multiguna Elektroyang merupakan salah satu perusahaan dynamo elektrik yang berlokasi di Jalan Raya Gunung Putri Selatan Km 2,7 Gunung Putri Selatan Bogor, Jawa barat, Kode Pos 16810. Dengan jumlah karyawan sebanyak 150 Orang dan pelanggan sebanyak 74 perusahaan.

3.3. Jenis Dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang di teliti adalah data kualitatif, yang merupakan data primer dan data sekunder. Data yang dikumpulkan berupa :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung melalui kuesioner dan wawancara kepada karyawan dan pelanggan pada PT. Teco Multiguna Elektro.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka seperti skripsi, jurnal, buku, internet, dan literatur maupun informasi dari instansi terkait.

3.4 Operasionalisasi Variable

Tabel3.

Operasionalisasi variabel

“Pengaruh Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Teco Multiguna Elektro.”

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas produk (X)	1. Kinerja (<i>performance</i>)	a. Kemudahan dalam penggunaan dinamo b. Kecocokan produk sebagai dinamo khusus c. Keselarasan antara manfaat dan waktu penggunaan	Ordinal
	2. Keistimewaan tambahan (<i>features</i>)	a. Keistimewaan dalam standar ukuran dan fisiknya b. Keistimewaan dalam variasi dan materi produk c. Keistimewaan dalam kemasan	Ordinal
	3. Keandalan (<i>reliability</i>)	a. Ketebalan lapisan dalam pengemasan b. Banyaknya lapisan pembungkus dalam kemasan c. Kekuatan dalam kemasan	Ordinal
	4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>)	a. Kesesuaian ukuran tiap kemasan b. Kesesuaian jumlah dalam pemesanan c. Kesesuaian kualitas dinamo	Ordinal
	5. Daya tahan (<i>durability</i>)	a. Lamanya kerusakan pada dinamo b. Keselarasan dengan daya tahan yang lama c. Kelebihan pada mesin yang tidak cepat panas	Ordinal
	6. <i>Serviceability</i>	a. Ketepatan dalam pengiriman	Ordinal

	7. Estetika	barang b. Kondisi pendistribusian yang baik c. Kesigapan dalam menangani keluhan	Ordinal
	8. Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	a. Keindahan warna pada dinamo b. Kesesuaian warna pada dinamo c. Desain kemasan dinamo yang menarik	Ordinal
Loyalitas pelanggan (Y)	1. melakukan pembelian berulang secara teratur	a. Ketersediaan membeli ulang produk b. Ketersediaan membeli produk baru c. Ketersediaan untuk melakukan pembelian berulang	Ordinal
	2. melakukan pembelian di semua lini produk	a. Tetap membeli walau harga meningkat tajam b. Membeli semua jenis produk c. Tetap melakukan pembelian walau ada informasi negatif	Ordinal
	3. mereferensikan kepada orang lain	a. Merekomendasikan produk kepada orang lain b. Mereferensikan produk kepada orang lain c. Memberikan informasi tentang produk kepada orang lain	Ordinal
	4. menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	a. Setia dengan produk PT. Teco b. Tidak terpengaruh produk lain c. Hanya loyal pada produk PT. Teco	Ordinal

3.5. Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel data populasi yang diperoleh dari lokasi penelitian menggunakan metode penarikan sampel populasi. Dimana semua data yang ada digunakan seluruhnya.

Metode penarikan sampel yang dipakai dalam penelitian adalah dengan cara penarikan sampel tidak berpeluang (*non probability sampling*) dengan metode *purposive sampling* adalah dengan sengaja menentukan dan memilih responden yang akan diteliti.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan untuk penelitian ini diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

1. Pengisian kuesioner, yaitu membagikan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan topic penelitian kepada pihak manajemen perusahaan dan praktisi yang terkait.
2. Wawancara, yaitu dengan melakukan wawancara dengan pemimpin bagian kepala bagian umum dan karyawan untuk mendapatkan informasi.
3. Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di perusahaan.
4. Studi kepustakaan, yaitu dengan mencari literature, penelusuran data kepustakaan, buku, dan internet

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrument penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian. penulis menggunakan bantuan program SPSS dalam pengujiannya.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk variabel kualitas produk mempunyai 24 butir pertanyaan dan variabel loyalitas mempunyai 12 butir pertanyaan. Pada penelitian ini dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ dan $n = 30$, uji validitas ini dikatakan valid jika bernilai diatas nilai kritis 0,3 dan dikatakan tidak valid ini jika nilainya dibawah 0,3. Berikut adalah hasil dari uji validitas :

Tabel 4.
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item – total Statistics				
no	Indicator	r-tabel	Corrected item-total correlation	Kriteria
		Nilai yang diharapkan 0,3	>0,3	Valid
Kinerja (performance)				
1	Mudah dalam penggunaan dinamo	0,3	,373	Valid

2	Produk dinamo elektrik cocok sebagai dinamo khusus	0,3	,596	Valid
3	Manfaat yang didapat sesuai dengan besarnya pengorbanan waktu dan usaha dalam menggunakan produk dinamo Pt Teco Multiguna Elektro.	0,3	,821	Valid
Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>)				
4	Body dinamo full pendingin, Rpm sesuai standar ukuran pole dan hpnya	0,3	,618	Valid
5	Variasi dan materi produk Pt Teco Multiguna Elektro cocok dan sesuai kebutuhan	0,3	,543	Valid
6	Pembungkus dinamo memiliki 3 lapisan	0,3	,327	Valid
Keandalan (<i>reliability</i>)				
7	Lapisan pembungkus cukup tebal	0,3	,665	Valid
8	Lapisan pembungkus cukup banyak	0,3	,759	Valid
9	Pembungkus tidak mudah pecah	0,3	,314	Valid
Kesesuaian dengan spesifikasi				
10	Ukuran dinamo tiap kemasan sesuai standar	0,3	,345	Valid
11	Jumlah dinamo sesuai order	0,3	,401	Valid
12	Dinamo elektrik teco memiliki kualitas produk yang terjamin	0,3	,683	Valid
Daya tahan (<i>durability</i>)				
13	jarang terjadinya kerusakan pada dinamo	0,3	,808	Valid
14	Produk dinamo elektrik teco memiliki daya tahan yang kuat dan tahan lama	0,3	,638	Valid
15	Dinamo tidak cepat panas	0,3	,550	Valid
Serviceability				
16	Kedatangan dinamo jarang terlambat (lebih dari 2 hari)	0,3	,212	Tidak Valid
17	Kondisi pengangkutan dinamo baik	0,3	,660	Valid
18	PT. Teco Multiguna Elektro cepat tanggap dalam menangani keluhan	0,3	,585	Valid
Estetika				
19	Warna dinamo terlalu pucat	0,3	,618	Valid
20	Warna dinamo terlalu gelap	0,3	,568	Valid
21	Desain kemasan dinamo menarik	0,3	,643	Valid
Kualitas yang dipersepsikan				
22	Kualitas dinamo PT. Teco Multiguna Elektro lebih baik dari dinamo lain	0,3	,682	Valid
23	PT. Teco Multiguna Elektro memiliki reputasi yang baik	0,3	,246	Tidak Valid
24	PT. Teco Multiguna Elektro merupakan pabrik dinamo elektrik no 1 di indonesia.	0,3	,702	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Berdasarkan hasil uji coba Validitas variabel kualitas produk pada $n = 30$ $r_{tabel} 0,3$ dengan $\alpha = 0,05$, dapat dilihat pada tabel diatas di kolom corrected item total

correlarion maka sebanyak 22 butir pernyataan adalah valid karena $r > r_{\text{tabel}} 0,3$ dan 2 butir pernyataan dinyatakan tidak valid karena $r < r_{\text{tabel}} 0,3$

Table 5.
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas

Item – total Statistics				
no	Indicator	r-tabel	Corrected item-total correlation	Kriteria
		Nilai yang diharapkan 0,3	>0,3	Valid
Melakukan pembelian barang secara teratur				
1	Saya selalu membeli produk Pt Teco Multiguna Elektro	0,3	,611	Valid
2	Jika ada produk baru saya akan terus membeli produk tersebut	0,3	,750	Valid
3	Saya akan melakukan pembelian berulang secara teratur	0,3	,788	Valid
Melakukan pembelian disemua lini produk				
4	Bila harga produk meningkat tajam, maka saya tetap membeli produk PT Teco Multiguna Elektro	0,3	,809	Valid
5	Saya akan membeli semua produk PT Teco Multiguna Elektro	0,3	,750	Valid
6	Jika terdapat informasi negatif terhadap produk tersebut, maka saya akan tetap membelinya.	0,3	,745	Valid
Mereferensikan kepada orang lain				
7	Jika ada yang ingin membeli dinamo, saya akan merekomendasikan dinamo dari PT Teco Multiguna Elektro	0,3	,822	Valid
8	Saya akan mereferensikan dinamo dari PT Teco Multiguna Elektro	0,3	,369	Valid
9	Jika ada yang membutuhkan informasi tentang dinamo, saya akan mereferensikan dinamo dari PT Teco Multiguna Elektro	0,3	,611	Valid
Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing				
10	Saya setia dengan produk PT Teco Multiguna Elektro	0,3	,671	Valid
11	Saya tidak terpengaruh dengan produk dinamo lain	0,3	,675	Valid
12	Saya hanya membeli produk PT Teco Multiguna Elektro	0,3	,857	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Berdasarkan hasil uji coba Validitas variabel loyalitas pelanggan pada $n = 30$ $r_{\text{tabel}} 0,3$ dengan $\alpha = 0,05$ dapat dilihat pada tabel diatas pada kolom corrected item total correlation maka sebanyak 12 butir pertanyaan adalah valid karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} 0,3$.

Berdasarkan hasil kuisioner pada 30 responden, diperoleh hasil bahwa 26 pelanggan mengatakan puas dengan produk yang dihasilkan perusahaan dan 4 responden menyatakan kurang puas dengan produk tersebut.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberika fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai alpha lebih besar dari 0,6.

Tabel 6.
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Nilai yang diharapkan	Batas alpha	Cronbach's Alpha	kriteria
Kualitas produk	0,6	,925	reliable

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Berdasarkan hasil uji coba reliabilitas pada variabel kualitas produk di PT. Teco Multiguna Elektro didapat nilai alpha sebesar 0,925 suatu variabel dikatakan baik jika nilai koefisien yang diperoleh $\alpha > 0,6$ koefisien reliabilitas variabel loyalitas adalah dapat diterima.

Tabel 7.
Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas

Nilai yang diharapkan	Batas alpha	Cronbach's Alpha	kriteria
Loyalitas pelanggan	0,6	,932	reliable

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Berdasarkan hasil uji coba reliabilitas pada variabel loyalitas pelanggan di PT. Teco Multiguna Elektro didapat nilai alpha sebesar 0,932 suatu variabel dikatakan baik jika nilai koefisien yang diperoleh $\alpha > 0,6$ koefisien reliabilitas variabel loyalitas adalah dapat diterima.

3.8. Metode Pengolahan/ Analisis Data

3.8.1. Metode pengolahan data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus pengolahan data untuk Variabel Kualitas Produk dan Variabel Loyalitas Pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Rumus Tanggapan Responden

Total dari nilai jawaban setiap butir pertanyaan kemudian dibulatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total setiap responden. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tanggapan total responden} = \frac{\text{skortotalhasiljawabanresponden}}{\text{skortertinggiresponden}} \times 100\%$$

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak . Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, atau pun rasio. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual atau uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 (Duwi Priyatno, 2012, 144).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Suatu model persamaan regresi harus bebas dari gejala multikolinearitas yang berarti tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen yang satu dengan variabel independen lainnya dalam suatu model persamaan regresi. Pengujian asumsi multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai variance inflation factor (VIF) dan nilai tolerance value-nya.

Suatu model persamaan regresi dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas, apabila nilai dari variance inflation factor (VIF) di bawah 10 dan nilai tolerance value-nya di atas 0,10 (Duwi Priyatno, 2012, 151).

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak

adanya masalah heteroskedastisitas. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residual lebih dari 0,05 maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Duwi Priyatno, 2012, 158).

d. Uji Autokorelasi

Menurut Duwi Priyatno (2012, 172) Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang bebas autokorelasi. Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dan Run Test.

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan uji uji Durbin-Watson (uji DW) adalah:

- 1) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 3) $DL < DW < DU$ atau $4-DL < DW < DU$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

UjiRun Test untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi, sebagai bagian dari statistik non parametrik Run Test dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi atau tidak. Jika residual tidak dapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run test digunakan untuk melihat apakah residual terjadi secara random atau tidak, yaitu dengan cara menguji hipotesis:

H_0 : Residual Random (acak)

H_1 : Residual Tidak Random

H_0 diterima apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

3. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda yang persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 X_8 + e$$

Keterangan:

Y =Loyalitas Pelanggan

a =Konstanta

b_1 = Koefisien regresi untuk *performance*

$X_1 = Performance$

$b_2 =$ Koefisien regresi untuk *features*

$X_2 = Features$

$b_3 =$ Koefisien regresi untuk *reliability*

$X_3 = Reliability$

$b_4 =$ Koefisien regresi untuk *conformance to spesification*

$X_4 = Conformance to spesification$

$b_5 =$ Koefisien regresi untuk *durability*

$X_5 = Durability$

$b_6 =$ Koefisien regresi untuk *serviceability*

$X_6 = Serviceability$

$b_7 =$ Koefisien regresi untuk *estetik*

$X_7 = Estetik$

$b_8 =$ Koefisien regresi untuk *perceived quality*

$X_8 = perceived quality$

$e =$ Error

Nilai koefisien regresi sangat menentukan sebagai dasar analisis, mengingat penelitian ini bersifat *fundamental method*. Hal ini berarti jika koefisien b bernilai positif (+) maka dapat dikatakan terjadi pengaruh searah antara variabel bebas dengan variabel terikat, setiap kenaikan nilai variabel bebas akan mengakibatkan kenaikan variabel terikat. Demikian pula sebaliknya, bila koefisien nilai b bernilai negatif (-), hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dimana kenaikan nilai variabel bebas akan mengakibatkan penurunan nilai variabel terikat (dependen) (Duwi Priyatno, 2012, 127).

H1 : variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Koefisien determinasi atau (R square) dimaknai sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) . nilai koefisien determinasi dapat dipakai untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan syarat hasil uji F dalam analisis regresi bernilai signifikan. Sebaliknya, jika hasil dalam uji F tidak signifikan maka nilai koefisien determinasi ini tidak dapat digunakan untuk memprediksi kontribusi pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Dasar cara untuk melihat F tabel dalam pengujian hipotesis dalam model regresi , perlu menentukan derajat bebas atau *degree of freedom*(df) atau dikenal dengan $N-2$. Hal ini ditentukan oleh rumus :

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

dimana $n =$ banyaknya observasi dalam kurun waktu data. Dan dimana $k =$ banyaknya variabel (bebas dan terikat)

Dalam pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 0,05, pada $df_1 = 3-1 = 2$ dan pada $df_2 = 10 - 3 = 7$, maka nilai F tabel adalah 4,74.

Tabel 8.
Hasil uji F Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,864	1	2,864	5,491	,026 ^b
	Residual	14,603	28	,522		
	Total	17,467	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Sumber : data diolah SPSS 23 (2017)

Berdasarkan hasil output spss diatas kita dapat melihat dimana nilai f hitung lebih besar dari pada nilai F tabel. ($5,491 > 4,74$) dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,026. Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji simultan dalam analisis regresi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X) jika diuji secara bersama-sama atau serempak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis terbukti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Dan Perkembangan Perusahaan

PT. Teco Multiguna Elektro adalah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur motor listrik / dinamo elektrik baik lokal maupun internasional dengan berbagai lini produk seperti dinamo elektrik, inverter, air conditioner, dan masih banyak lagi.

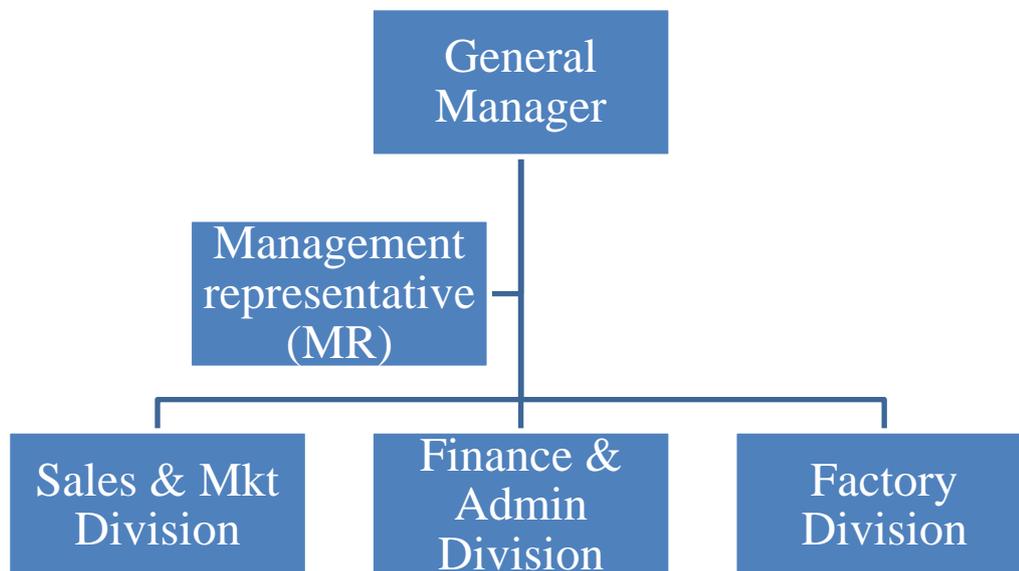
PT. Teco Multiguna Elektro didirikan pada bulan Oktober 1983 sebagai anak perusahaan dari TECO GROUP, Bisnis Unit Asia Tenggara. Saat ini PT. Teco Multiguna Elektro memiliki 150 orang karyawan, yang tersebar di kantor Pusat Jl. Bandengan Utara 83/1-3 Jakarta Utara, Pabrik di Gunung Putri Citeureup Bogor dan, Cabang di Surabaya Jl. Berbek Industri II/21 Sidoarjo.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan industri di Indonesia, maka kebutuhan akan motor listrik juga semakin meningkat, oleh karena itu PT. Teco Multiguna Elektro berkomitmen untuk terus membenahi diri agar dapat memenuhi permintaan produk dengan kualitas prima dan layanan kelas dunia, hal ini sejalan dengan berubahnya Teco Group menjadi Raksasa Industri Manufaktur Motor Multinasional yang semakin kompetitif dan beragam produknya. Untuk membuktikan komitmennya itu, PT. Teco Multiguna Elektro telah berhasil memperoleh sertifikasi ISO 9001:2008 CNS, JIS (JEM), NEMA dan persyaratan spesifikasi BS dengan produk lini yang lengkap dan sangat efisien serta explosion-proof motornya dari ¼ - 100.000 HP dengan voltage max 13.800 volts.

4.1.2. Maksud Dan Tujuan Perusahaan

Tujuan utama PT. Teco Multiguna Elektro adalah memberi kepuasan kepada pelanggan untuk tujuan jangka panjang kepada semua pelanggan sehingga hubungan bisnis tetap terjaga. Bukan hanya di Indonesia saja, kami semua dari TECO GROUP yang ada diseluruh dunia mendedikasikan diri untuk melayani pelanggan lebih baik dengan satu tekad untuk memimpin dunia agar memiliki hari depan yang lebih baik.

4.1.3. Struktur Organisasi, Tugas dan Wewenang



Sumber : PT. Teco Multiguna Elektro

Gambar 2.
Struktur organisasi PT. Teco Multiguna Elektro

Adapun deskripsi dari jabatan, adalah sebagai berikut :

1. general manager memiliki tugas yang terbilang umum dan menyeluruh didasarkan pada tuntutan pekerjaan, sebagai suatu jabatan yang potensial dituntut untuk bekerja dengan cepat, efisien, dan profesional sebagai bentuk upaya peletakan skill individual.
2. Manajemen representative adalah orang yang bertugas untuk mengatur masing-masing cabang yang mereka kelola
3. Sales & marketing division adalah divisi yang bertugas untuk mengatur seluruh bagian pemasaran produk
4. Finance & admin division adalah divisi yang bertugas mengurus keseluruhan bagian keuangan perusahaan
5. Factory division adalah divisi yang bertugas untuk mengelola keseluruhan proses produksi dari perusahaan tersebut.

4.1.4. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi perusahaan

Memberi kepuasan kepada pelanggan untuk tujuan jangka panjang kepada semua pelanggan sehingga hubungan bisnis tetap terjaga

2. Misi perusahaan

Menjadi Raksasa Industri Manufaktur Motor Multinasional yang semakinkompetitif dan beragam produknya

4.1.5. Produk Yang Dihasilkan

Produk dinamo elektrik yang ditawarkan oleh PT. Teco Multiguna Elektro adalah sebagai berikut dengan perbedaan pole :

1. AESV1S / AESU1S / AESV1S-LA (IE1) STANDARD EFFICIENCY (2 pole)
2. AESV2S / AESU2S / AESV2S-LA (IE2) HIGH EFFICIENCY (4 pole)
3. AESV3S / AESU3S / AESV3S-LA (IE3) PREMIUM EFFICIENCY (6 pole)

4.2. Profil Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin responden yang mengisi kuisisioner dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut

Tabel 9.
Jenis Kelamin Pelanggan

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	64	86,49 %
Wanita	10	13,51 %
Total	74	100%

Sumber : Data diolah 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahawa dengan jumlah 74 orang pelanggan yang membeli dinamo elektrik pada PT. Teco Multiguna Elektro, yang berjenis kelamin pria sebanyak 64 orang atau sebesar 86,49%. Sedangkan jumlah pelanggan yang berjenis kelamin wanita sebanyak 10 orang atau sebesar 13,51%.

2. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 10
Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	5	6,76%
D3	9	12,16%
S1	55	74,32%
>S1	5	6,76%
Total	74	100%

Sumber : Data diolah 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dengan jumlah 74 orang pelanggan yang tamatan SMA sebanyak 5 atau sebesar 6,76%. Tamatan D3 sebanyak 9 atau 12,16%. Tamatan S1 sebanyak 55 atau sebesar 74,32% dan >S1 sebanyak 5 atau sebesar 6,76%.

3. Lamanya Menjadi Pelanggan

Lamanya responden menjadi pelanggan yang mengisi kuisioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11.
Lamanya Menjadi Pelanggan

Lamanya Menjadi Pelanggan	Jumlah	Persentase (%)
< 1 tahun	2	2,70%
1-5 tahun	43	58,11%
6-10 tahun	17	22,97%
> 10 tahun	12	16,22%
Total	74	100%

Sumber : Data diolah 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan yang melakukan pembelian pada PT. Teco Multiguna Elektro dengan jumlah 74 orang, lamanya responden menjadi pelanggan dengan kurun waktu < 1 tahun sebanyak 2 atau sebesar 2,70%. Kurun waktu 1-5 tahun sebanyak 43 atau sebesar 58,11%. Kurun waktu 6-10 tahun sebanyak 17 atau sebesar 22,97%. Kurun waktu >10 tahun sebanyak 12 atau sebesar 16,22%.

4. Jumlah Order Satu Bulan Terakhir

Jumlah order responden satu bulan terakhir yang mengisi kuisioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 12.
Jumlah Order Satu Bulan Terakhir

Jumlah Order	Jumlah	Persentase(%)
0-3 kali	59	79,73%
4-6 kali	15	20,27%
> 6 kali	0	0%
Total	74	100%

Sumber : Data diolah 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dengan jumlah 74 orang, jumlah order responden dalam satu bulan terakhir pada PT. Teco Multiguna Elektro dengan jumlah 0-3 kali sebanyak 59 atau sebesar 79,73%. Jumlah order 4-6 kali sebanyak 15 atau sebesar 20,27%.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Kualitas Produk (X) Pada PT. Teco Multiguna Elektro

1. Kinerja (*Performance*)

- a. Pendapat responden mengenai mudah dalam penggunaan dinamo, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 13.
Mudah dalam penggunaan dinamo

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	30	40,54%	150
Setuju	4	32	43,24%	128
Cukup Setuju	3	7	9,46%	21
Tidak Setuju	2	3	4,05%	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70%	2
Total		74	100%	307
Rata-Rata		4,15		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap kinerja (*performance*) pada pernyataan mudah dalam penggunaan dinamo dengan jumlah persentase sebesar 40,54% responden memilih sangat setuju, 43,24% responden memilih setuju, 9,46% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan mudah dalam penggunaan dinamo sebesar 4,15 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden mengenai produk dinamo elektrik cocok sebagai dinamo khusus, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 14.
Dinamo Elektrik Cocok Sebagai Dinamo Khusus.

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	28	37,84%	140
Setuju	4	31	41,89%	124
Cukup Setuju	3	9	12,16%	27
Tidak Setuju	2	4	5,41%	8
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70%	2
Total		74	100%	301
Rata-Rata		4,07		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap kinerja (*peformance*) pada pernyataan dinamo elektrik cocok sebagai dinamo khusus dengan jumlah persentase sebesar 37,84% responden memilih sangat setuju, 41,89% responden memilih setuju, 12,16% responden memilih cukup setuju, 5,41% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan mudah dalam penggunaan dinamo sebesar 4,07 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden mengenai manfaat yang didapat sesuai dengan besarnya pengorbanan waktu dan usaha, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 15.
Manfaat yang didapat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	35	47,30%	175
Setuju	4	30	40,54%	120
Cukup Setuju	3	5	6,76%	15
Tidak Setuju	2	3	4,05%	6
Sangat Tidak Setuju	1	1	1,35%	1
Total		74	100%	317
Rata-Rata		4,28		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap kinerja (*peformance*) pada pernyataan manfaat

yang didapat sesuai dengan pengorbanan waktu dan usaha dalam menggunakan produk, dengan jumlah persentase sebesar 47,30% responden memilih sangat setuju, 40,54% responden memilih setuju, 6,76% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 1,35% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan manfaat yang didapat sesuai dengan pengorbanan waktu dan usaha dalam menggunakan produk, Sebesar 4,28 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

2. Keistimewaan Tambahan (*features*)

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap keistimewaan tambahan mengenai body dinamo full pendingin, Rpm sesuai standart, ukuran dan pole nya, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 16.
Body Dinamo

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	17	22,97%	85
Setuju	4	20	27,03%	80
Cukup Setuju	3	33	44,59%	99
Tidak Setuju	2	2	2,70%	4
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70%	2
Total		74	100%	270
Rata-Rata		3,65		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap keistimewaan mengenai body dinamo full pendingin, Rpm sesuai standart, ukuran dan pole nya, dengan jumlah persentase sebesar 22,97% responden memilih sangat setuju, 27,03% responden memilih setuju, 44,59% responden memilih cukup setuju, 2,70% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan body dinamo Sebesar 3,65 artinya sebagian besar responden Cukup setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap variasi dan materi produk sesuai kebutuhan, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 17.
Variasi Dan Materi Produk

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	18	24,32%	90
Setuju	4	23	31,08%	92
Cukup Setuju	3	20	27,03%	60
Tidak Setuju	2	10	13,51%	20
Sangat Tidak Setuju	1	3	4,05%	3
Total		74	100%	265
Rata-Rata		3,58		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap variasi dan materi produk sesuai kebutuhan, dengan jumlah persentase sebesar 24,32% responden memilih sangat setuju, 31,08% responden memilih setuju, 27,03% responden memilih cukup setuju, 13,51% responden memilih tidak setuju, dan 4,05% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan variasi dan materi produk sebesar 3,58 artinya sebagian besar responden Cukup setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pembungkus dinamo memiliki 3 lapisan, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 18.
Pembungkus dinamo memiliki 3 lapisan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	60	81,08%	300
Setuju	4	10	13,51%	40
Cukup Setuju	3	4	5,41%	12
Tidak Setuju	2	0	0,00%	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00%	0
Total		74	100%	352
Rata-Rata		4,76		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pembungkus dinamo memiliki 3 lapisan, dengan jumlah persentase sebesar 81,08% responden memilih sangat

setuju, 13,51% responden memilih setuju, 5,41% responden memilih cukup setuju, 0% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan pembungkus dinamo memiliki 3 lapisan Sebesar 4,76 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

3. Keandalan (reliability)

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap keandalan lapisan pembungkus, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 19.
Ketebalan lapisan pembungkus

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	5	40	54,05%	200
Setuju	4	22	29,73%	88
Cukup Setuju	3	7	9,46%	21
Tidak Setuju	2	3	4,05%	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70%	2
Total		74	100,00%	317
Rata-Rata		4,28		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pembungkus dinamo yang cukup tebal, dengan jumlah persentase sebesar 54,05% responden memilih sangat setuju, 29,73% responden memilih setuju, 9,46% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan pembungkus dinamo memiliki 3 lapisan Sebesar 4,28 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap keandalan lapisan pembungkus cukup banyak, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 20.
Banyaknya lapisan pembungkus

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	28	37,84	140
Setuju	4	31	41,89	124
Cukup Setuju	3	9	12,16	27
Tidak Setuju	2	4	5,41	8
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70	2

Total		74	100	301
Rata-Rata		4,07		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pembungkus dinamo yang cukup tebal, dengan jumlah persentase sebesar 37,84% responden memilih sangat setuju, 41,89% responden memilih setuju, 12,16% responden memilih cukup setuju, 5,41% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan pembungkus dinamo memiliki 3 lapisan Sebesar 4,07 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap keandalan lapisan pembungkus tidak mudah pecah, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 21.
lapisan pembungkus tak mudah pecah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	59	79,73	295
Setuju	4	13	17,57	52
Cukup Setuju	3	2	2,70	6
Tidak Setuju	2	0	0,00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		74	100	353
Rata-Rata		4,77		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pembungkus dinamo yang tidak mudah pecah, dengan jumlah persentase sebesar 79,73% responden memilih sangat setuju, 17,57% responden memilih setuju, 2,70% responden memilih cukup setuju, 0% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,77 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

4. Kesesuaian Dengan Spesifikasi

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap kesesuaian dengan spesifikasi, pada pernyataan ukuran dinamo sesuai standart, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 22.
Ukuran dinamo sesuai standart

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	10	13,51	50
Setuju	4	23	31,08	92
Cukup Setuju	3	28	37,84	84
Tidak Setuju	2	6	8,11	12
Sangat Tidak Setuju	1	7	9,46	7
Total		74	100	245
Rata-Rata		3,31		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan ukuran dinamo sesuai standart, dengan jumlah persentase sebesar 13,51% responden memilih sangat setuju, 31,08% responden memilih setuju, 37,84% responden memilih cukup setuju, 8,11% responden memilih tidak setuju, dan 9,46% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,31 artinya sebagian besar responden Cukup setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap kesesuaian dengan spesifikasi, pada pernyataan jumlah dinamo sesuai order, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 23.
jumlah dinamo sesuai order

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	42	56,76	210
Setuju	4	18	24,32	72
Cukup Setuju	3	1	1,35	3
Tidak Setuju	2	6	8,11	12
Sangat Tidak Setuju	1	7	9,46	7
Total		74	100	304
Rata-Rata		4,11		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, kualitas produk terhadap pernyataan ukuran dinamo sesuai standart, dengan jumlah persentase sebesar 56,76% responden memilih sangat setuju, 24,32% responden

melilih setuju, 1,35% responden memilih cukup setuju, 8,11% responden memilih tidak setuju, dan 9,46% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,11 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap kesesuaian dengan spesifikasi, pada pernyataan kualitas produk yang terjamin, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 24.
Kualitas produk yang terjamin

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	32	43,24	160
Setuju	4	17	22,97	68
Cukup Setuju	3	21	28,38	63
Tidak Setuju	2	2	2,70	4
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70	2
Total		74	100	297
Rata-Rata		4,01		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat, dengan jumlah persentase sebesar 43,24% responden memilih sangat setuju, 22,97% responden memilih setuju, 28,38% responden memilih cukup setuju, 2,70% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,01 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

5. Daya Tahan

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap daya tahan, pada pernyataan jarang terjadinya kerusakan pada dinamo, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 25.
Jarang terjadi kerusakan pada dinamo

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	30	40,54	150
Setuju	4	16	21,62	64
Cukup Setuju	3	19	25,68	57
Tidak Setuju	2	5	6,76	10
Sangat Tidak Setuju	1	4	5,41	4
Total		74	100	285
Rata-Rata		3,85		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan jarang terjadinya kerusakan pada dinamo, dengan jumlah persentase sebesar 40,54% responden memilih sangat setuju, 21,62% responden memilih setuju, 25,68% responden memilih cukup setuju, 6,76% responden memilih tidak setuju, dan 5,41% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,85 artinya sebagian besar responden Cukup setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap daya tahan, pada pernyataan produk kuat dan tahan lama, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 26.
Produk dinamo kuat dan tahan lama

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	33	44,59	165
Setuju	4	24	32,43	96
Cukup Setuju	3	10	13,51	30
Tidak Setuju	2	5	6,76	10
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70	2
Total		74	100	303
Rata-Rata		4,09		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan produk dinamo kuat dan tahan lama, dengan jumlah persentase sebesar 44,59% responden memilih sangat setuju, 32,43% responden memilih setuju, 13,51% responden memilih cukup setuju, 6,76% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,09 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap daya tahan, pada pernyataan dinamo tidak cepat panas, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 27.
Produk dinamo tidak cepat panas

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	50	67,57	250
Setuju	4	14	18,92	56
Cukup Setuju	3	10	13,51	30
Tidak Setuju	2	0	0,00	0

Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		74	100	336
Rata-Rata		4,54		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan produk dinamo tidak cepat panas, dengan jumlah persentase sebesar 67,57% responden memilih sangat setuju, 18,92% responden memilih setuju, 13,51% responden memilih cukup setuju, 0% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,54 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

6. Serviceability

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap serviceability, pada pernyataan kondisi pengangkutan dinamo baik, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 28.
Kondisi pengangkutan dinamo baik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	40	54,05	200
Setuju	4	18	24,32	72
Cukup Setuju	3	15	20,27	45
Tidak Setuju	2	1	1,35	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		74	100	319
Rata-Rata		4,31		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan kondisi pengangkutan dinamo baik, dengan jumlah persentase sebesar 54,05% responden memilih sangat setuju, 24,32% responden memilih setuju, 20,27% responden memilih cukup setuju, 1,35% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,31 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap serviceability, pada pernyataan perusahaan cepat tanggap dalam menangani keluhan, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 29.
Perusahaan cepat tanggap dalam menangani keluhan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	33	44,59	165
Setuju	4	17	22,97	68
Cukup Setuju	3	22	29,73	66
Tidak Setuju	2	2	2,70	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		74	100	303
Rata-Rata		4,09		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan perusahaan cepat tanggap dalam menangani keluhan, dengan jumlah persentase sebesar 44,59% responden memilih sangat setuju, 22,97% responden memilih setuju, 29,73% responden memilih cukup setuju, 2,70% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,09 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

7. Estetika

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap estetika, pada pernyataan warna dinamo terlalu pucat, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 30.
Warna dinamo terlalu pucat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	15	20,27	75
Setuju	4	4	5,41	16
Cukup Setuju	3	22	29,73	66
Tidak Setuju	2	30	40,54	60
Sangat Tidak Setuju	1	3	4,05	3
Total		74	100	220
Rata-Rata		2,97		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan warna dinamo terlalu pucat, dengan jumlah persentase sebesar 20,27% responden memilih sangat setuju, 5,41% responden memilih setuju, 29,73% responden memilih cukup setuju, 40,54% responden memilih tidak setuju, dan 4,05% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 2,97 artinya sebagian besar responden Tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap estetika, pada pernyataan warna dinamo terlalu gelap, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 31.
Warna dinamo terlalu gelap

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	30	40,54	150
Setuju	4	26	35,14	104
Cukup Setuju	3	12	16,22	36
Tidak Setuju	2	3	4,05	6
Sangat Tidak Setuju	1	3	4,05	3
Total		74	100	299
Rata-Rata		4,04		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan warna dinamo terlalu gelap, dengan jumlah persentase sebesar 40,54% responden memilih sangat setuju, 35,14% responden memilih setuju, 16,22% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 4,05% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,04 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap estetika, pada pernyataan desain kemasan dinamo menarik, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 32.
Desain kemasan dinamo yang menarik

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	34	45,95	170
Setuju	4	27	36,49	108
Cukup Setuju	3	13	17,57	39
Tidak Setuju	2	0	0,00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0

Total		74	100	317
Rata-Rata		4,28		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan desain kemasan dinamo yang menarik, dengan jumlah persentase sebesar 45,95% responden memilih sangat setuju, 36,49% responden memilih setuju, 17,57% responden memilih cukup setuju, 0% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,28 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

8. Kualitas Yang Dipersepsikan

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap kualitas yang dipersepsikan, pada pernyataan kualitas dinamo PT. Teco lebih baik dari dinamo lain, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 33.
Kualitas lebih baik dibanding dinamo lain

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	38	51,35	190
Setuju	4	27	36,49	108
Cukup Setuju	3	9	12,16	27
Tidak Setuju	2	0	0,00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		74	100	325
Rata-Rata		4,39		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan kualitas lebih baik dibanding dinamo lain, dengan jumlah persentase sebesar 51,35% responden memilih sangat setuju, 36,49% responden memilih setuju, 12,16% responden memilih cukup setuju, 0% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,28 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan kualitas produk terhadap kualitas yang dipersepsikan, pada pernyataan kualitas dinamo PT. Teco merupakan pabrik dinamo elektrik no 1 di indonesia, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 34.
PT. Teco merupakan pabrik dinamo elektrik di 1 di Indonesia

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	18	24,32	90
Setuju	4	30	40,54	120
Cukup Setuju	3	22	29,73	66
Tidak Setuju	2	3	4,05	6
Sangat Tidak Setuju	1	1	1,35	1
Total		74	100	283
Rata-Rata		3,82		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan kualitas produk terhadap pernyataan PT. Teco merupakan pabrik dinamo elektrik no 1 di Indonesia, dengan jumlah persentase sebesar 24,32% responden memilih sangat setuju, 40,54% responden memilih setuju, 29,73% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 1,35% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,82 artinya sebagian besar responden Cukup Setuju dengan pernyataan tersebut.

Untuk menjelaskan hasil penelitian terhadap variabel kualitas produk pada PT. Teco Multiguna Elektro, digunakan rumus tanggapan responden.

$$\text{Tanggapan total responden} = \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

Skor tertinggi responden = skor tertinggi x populasi

Skor tertinggi responden = 5 x 74

Skor tertinggi responden = 370.

Tabel 35.
Sebaran interval kualitas produk

nilai interval	Keterangan
80 – 100	sangat baik
60 – 79	Baik
40 – 59	cukup baik

20 – 39	kurang baik
0 – 19	sangat tidak baik

Sumber : data diolah 2018

Tabel 36.
Jumlah skor responden.

no	Indicator	skor total	skor tertinggi responden	hasil (%) TR	keterangan
1	Kinerja	307	370	82,97	sangat baik
		301	370	81,35	sangat baik
		317	370	85,68	sangat baik
2	keistimewaan tambahan	270	370	72,97	baik
		265	370	71,62	baik
		352	370	95,14	sangat baik
3	Keandalan	317	370	85,68	sangat baik
		301	370	81,35	sangat baik
		353	370	95,41	sangat baik
4	kesesuaian dengan spesifikasi	245	370	66,22	baik
		304	370	82,16	sangat baik
		297	370	80,27	sangat baik
5	daya tahan	285	370	77,03	baik
		303	370	81,89	sangat baik
		336	370	90,81	sangat baik
6	Serviceability	319	370	86,22	sangat baik
		303	370	81,89	sangat baik
7	Estetika	220	370	59,46	cukup baik
		299	370	80,81	sangat baik
		317	370	85,68	sangat baik
8	kualitas yang di persepsikan	325	370	87,84	sangat baik
		283	370	76,49	baik

Sumber : data diolah 2018

Kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Melalui situs resminya, PT. Teco telah menyatakan bahwa konsumen sudah puas dengan produk yang dihasilkan perusahaan. Kemudian, berdasarkan dari hasil pembahasan kualitas produk diatas, diasumsikan konsumen sudah puas dengan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu penulis akan melanjutkan untuk membahas loyalitas pelanggan.

4.3.2. Loyalitas Pelanggan (Y) Pada PT. Teco Multiguna Elektro

1. Melakukan pembelian barang secara teratur

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap melakukan pembelian ulang secara teratur, pada pernyataan saya selalu membeli produk PT. Teco Multiguna Elektro, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 37.
Keteraturan pembelian ulang produk PT. Teco

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	21	28,38	105
Setuju	4	25	33,78	100
Cukup Setuju	3	23	31,08	69
Tidak Setuju	2	3	4,05	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70	2
Total		74	100	282
Rata-Rata		3,81		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan saya selalu membeli produk PT. Teco Multiguna Elektro, dengan jumlah persentase sebesar 28,38% responden memilih sangat setuju, 33,78% responden memilih setuju, 31,08% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,81 artinya sebagian besar responden Cukup Setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap melakukan pembelian ulang secara teratur, pada pernyataan jika ada produk baru saya akan terus membeli produk tersebut, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 38.
Jika ada produk baru akan terus membeli

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	18	24,32	90
Setuju	4	24	32,43	96
Cukup Setuju	3	30	40,54	90
Tidak Setuju	2	2	2,70	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		74	100	280
Rata-Rata		3,78		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan jika ada produk baru saya akan terus membeli produk tersebut, dengan jumlah persentase sebesar 24,32% responden memilih sangat setuju, 32,43% responden memilih setuju, 40,54% responden memilih cukup setuju, 2,70% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,78 artinya sebagian besar responden Cukup Setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap melakukan pembelian ulang secara teratur, pada saya akan melakukan pembelian berulang secara teratur, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 39.
Saya akan melakukan pembelian ulang secara teratur

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	25	33,78	125
Setuju	4	24	32,43	96
Cukup Setuju	3	20	27,03	60
Tidak Setuju	2	3	4,05	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70	2
Total		74	100	289
Rata-Rata		3,91		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan saya akan melakukan pembelian ulang secara teratur, dengan jumlah persentase sebesar 33,78% responden memilih sangat setuju, 32,43% responden memilih setuju, 27,03% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,91 artinya sebagian besar responden Cukup Setuju dengan pernyataan tersebut.

2. Melakukan Pembelian Di Semua Lini Produk

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap melakukan pembelian di semua lini produk, pada pernyataan bila harga produk meningkat tajam, maka saya tetap membeli produk PT. Teco Multiguna Elektro, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 40.
Tetap membeli saat harga meningkat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	15	20,27	75
Setuju	4	24	32,43	96
Cukup Setuju	3	20	27,03	60
Tidak Setuju	2	10	13,51	20
Sangat Tidak Setuju	1	5	6,76	5
Total		74	100	256
Rata-Rata		3,46		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan bila harga produk meningkat tajam, maka saya tetap membeli produk PT. Teco, dengan jumlah persentase sebesar 20,27% responden memilih sangat setuju, 32,43% responden memilih setuju, 27,03% responden memilih cukup setuju, 13,51% responden memilih tidak setuju, dan 6,76% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,46 artinya sebagian besar responden Cukup Setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap melakukan pembelian ulang secara teratur, pada pernyataan saya akan membeli semua jenis produk PT. Teco dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 41.
Membeli semua jenis produk PT. Teco

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	10	13,51	50
Setuju	4	19	25,68	76
Cukup Setuju	3	40	54,05	120
Tidak Setuju	2	3	4,05	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,70	2

Total		74	100	254
Rata-Rata		3,43		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan jika ada produk baru saya akan terus membeli produk tersebut, dengan jumlah persentase sebesar 13,51% responden memilih sangat setuju, 25,68% responden memilih setuju, 54,05% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 2,70% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,43 artinya sebagian besar responden Cukup Setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap melakukan pembelian ulang secara teratur, pada pernyataan jika terdapat informasi negatif terhadap produk tersebut, maka saya akan tetap membelinya, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 42.
Saya akan melakukan pembelian walau terdapat info negatif

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	18	24,32	90
Setuju	4	20	27,03	80
Cukup Setuju	3	24	32,43	72
Tidak Setuju	2	8	10,81	16
Sangat Tidak Setuju	1	4	5,41	4
Total		74	100	262
Rata-Rata		3,54		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan jika terdapat informasi negatif terhadap produk tersebut, maka saya akan tetap membelinya, dengan jumlah persentase sebesar 24,32% responden memilih sangat setuju, 27,03% responden memilih setuju, 32,43% responden memilih cukup setuju, 10,81% responden memilih tidak setuju, dan 5,41% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,54 artinya sebagian besar responden Cukup Setuju dengan pernyataan tersebut.

3. Mereferensikan Kepada Orang Lain

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap mereferensikan kepada orang lain, pada pernyataan saya

akan merekomendasikan dinamo dari PT. Teco, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 43.
Merekomendasikan dinamo kepada orang lain

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	25	33,78	125
Setuju	4	26	35,14	104
Cukup Setuju	3	23	31,08	69
Tidak Setuju	2	0	0,00	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		74	100	298
Rata-Rata		4,03		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan saya akan merekomendasikan dinamo dari PT. Teco, dengan jumlah persentase sebesar 33,78% responden memilih sangat setuju, 35,14% responden memilih setuju, 31,08% responden memilih cukup setuju, 0% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,03 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap mereferensikan kepada orang lain, pada pernyataan saya akan mereferensikan dinamo dari PT. Teco dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 44.
Mereferensikan kepada orang lain tentang produk

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	37	50,00	185
Setuju	4	26	35,14	104
Cukup Setuju	3	11	14,86	33
Tidak Setuju	2	0	0,00	0

Sangat Tidak Setuju	1	0	0,00	0
Total		74	100	322
Rata-Rata		4,35		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan saya akan mereferensikan dinamo dari PT. Teco, dengan jumlah persentase sebesar 50,00% responden memilih sangat setuju, 35,14% responden memilih setuju, 14,86% responden memilih cukup setuju, 0% responden memilih tidak setuju, dan 0% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,35 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, mereferensikan kepada orang lain, pada pernyataan jika ada yang membutuhkan informasi tentang dinamo dari PT. Teco, saya akan mereferensikan dinamo dari PT. Teco, maka saya akan tetap membelinya, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 45.

Jika ada yang membutuhkan informasi, saya akan mereferensikan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	30	40,54	150
Setuju	4	27	36,49	108
Cukup Setuju	3	13	17,57	39
Tidak Setuju	2	3	4,05	6
Sangat Tidak Setuju	1	1	1,35	1
Total		74	100	304
Rata-Rata		4,11		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan jika ada yang membutuhkan informasi tentang dinamo dari PT. Teco, saya akan mereferensikan dinamo dari PT. Teco, dengan jumlah persentase sebesar 40,54% responden memilih sangat setuju, 36,49% responden memilih setuju, 17,57% responden memilih cukup setuju, 4,05% responden memilih tidak setuju, dan 1,35% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 4,11 artinya sebagian besar responden Setuju dengan pernyataan tersebut.

4. Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Dari Pesaing

- a. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing, pada pernyataan saya setia dengan produk dari PT. Teco, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 46.
Kesetiaan terhadap produk

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	20	27,03	100
Setuju	4	25	33,78	100
Cukup Setuju	3	24	32,43	72
Tidak Setuju	2	4	5,41	8
Sangat Tidak Setuju	1	1	1,35	1
Total		74	100	281
Rata-Rata		3,80		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan saya setia dengan produk dari PT. Teco, dengan jumlah persentase sebesar 27,03% responden memilih sangat setuju, 33,78% responden memilih setuju, 32,43% responden memilih cukup setuju, 5,41% responden memilih tidak setuju, dan 1,35% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,80 artinya sebagian besar responden Cukup setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing, pada pernyataan saya tidak terpengaruh dengan produk dinamo lain, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 47.
Saya tidak terpengaruh dengan produk dinamo lain

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	19	26,03	95
Setuju	4	18	24,66	72

Cukup Setuju	3	34	46,58	102
Tidak Setuju	2	1	1,37	2
Sangat Tidak Setuju	1	1	1,37	1
Total		73	100	272
Rata-Rata		3,73		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan saya tidak terpengaruh dengan produk dinamo lain, dengan jumlah persentase sebesar 26,03% responden memilih sangat setuju, 24,66% responden memilih setuju, 46,58% responden memilih cukup setuju, 1,37% responden memilih tidak setuju, dan 1,37% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,73 artinya sebagian besar responden Cukup setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pendapat responden pada tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing, pada pernyataan saya hanya membeli produk PT. Teco, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 48.
Saya hanya membeli produk PT. Teco

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase %	Skor
Sangat Setuju	5	15	20,27	75
Setuju	4	18	24,32	72
Cukup Setuju	3	34	45,95	102
Tidak Setuju	2	4	5,41	8
Sangat Tidak Setuju	1	3	4,05	3
Total		74	100	260
Rata-Rata		3,51		

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan penelitian pada 74 responden, tingkat penggunaan loyalitas pelanggan, terhadap pernyataan saya hanya membeli produk PT. Teco, dengan jumlah persentase sebesar 20,27% responden memilih sangat setuju, 24,32% responden memilih setuju, 45,95% responden memilih cukup setuju, 5,41% responden memilih tidak setuju, dan 4,05% responden memilih sangat tidak setuju. Rata-rata menunjukkan pernyataan bernilai 3,51 artinya sebagian besar responden Cukup Setuju dengan pernyataan tersebut.

Untuk menjelaskan hasil penelitian terhadap variabel kualitas produk pada PT. Teco Multiguna Elektro, digunakan rumus tanggapan responden.

$$Tanggapan\ total\ responden = \frac{skor\ total\ hasil\ jawaban\ responden}{skor\ tertinggi\ responden} \times 100\%$$

Skor tertinggi responden = skor tertinggi x populasi

Skor tertinggi responden = 5 x 74

Skor tertinggi responden = 370.

Tabel 49.
Sebaran interval loyalitas pelanggan

nilai interval	Keterangan
80 - 100	sangat baik
60 - 79	Baik
40 - 59	cukup baik
20 - 39	kurang baik
0 - 19	sangat tidak baik

Sumber : data diolah 2018

Tabel 50.
Jumlah skor responden.

no	indikator	skor total	skor tertinggi	hasil (%) TR	keterangan
1	Kinerja	282	370	76,22	baik
		280	370	75,68	baik
		289	370	78,11	baik
2	keistimewaan tambahan	256	370	69,19	baik
		254	370	68,65	baik
		262	370	70,81	baik
3	Keandalan	298	370	80,54	sangat baik
		322	370	87,03	sangat baik
		304	370	82,16	sangat baik
4	kesesuaian dengan spesifikasi	281	370	75,95	baik
		272	370	73,51	baik
		260	370	70,27	baik

Sumber : data diolah 2018

4.3.3. Analisis Regresi Berganda

4.3.3.1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, atau pun rasio. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual atau uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 (Duwi Priyatno, 2012, 144).

Tabel 51.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,70960746
Most Extreme Differences	Absolute	,146
	Positive	,141
	Negative	-,146
Test Statistic		,146
Asymp. Sig. (2-tailed)		,102 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data diolah SPSS 23 (2018)

Berdasarkan output diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,102 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Suatu model persamaan regresi harus bebas dari gejala multikolinearitas yang berarti tidak terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen yang satu dengan variabel independen lainnya dalam suatu model persamaan regresi. Pengujian asumsi multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai variance inflation factor (VIF) dan nilai tolerance value-nya.

Suatu model persamaan regresi dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas, apabila nilai dari variance inflation factor (VIF) di bawah 10 dan nilai tolerance value-nya di atas 0,10 (Duwi Priyatno, 2012, 151).

Tabel 52.
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,384	,646		3,687	,001		
	X	,384	,164	,405	2,343	,026	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah SPSS 23 (2018)

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai tolerance variabel kualitas produk (X) yakni 1,00 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel kualitas produk (X) yakni 1,00 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residual lebih dari 0,05 maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Duwi Priyatno, 2012, 158).

Tabel 53.
Hasil Uji Heterokedasitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,448	,378		1,185	,246
	X	,030	,096	,060	,316	,754

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : data diolah SPSS 23 (2018)

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk (X) sebesar 0,754 lebih besar dari 0,05. Artinya tidak terjadi heterokedasitas pada variabel kualitas produk (X).

d. Uji Autokorelasi

Menurut Duwi Priyatno (2012, 172) Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan

pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang bebas autokorelasi. Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dan Run Test.

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan uji uji Durbin-Watson (uji DW) adalah:

- 4) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 5) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 6) $DL < DW < DU$ atau $4-DL < DW < 4-DU$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Tabel 54.
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,405 ^a	,164	,134	,722	2,135

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah SPSS 23 (2018)

Berdasarkan output diatas, diketahui nilai DW 2,135 selanjutnya nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, jumlah sampel $N = 30$ dan jumlah variabel independen 1 ($k=1$) = maka diperoleh nilai dU 1,4894.

Nilai DW 2,135 lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1,4894 dan kurang dari ($4-du$) $4 - 1,4894 = 2,5106$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat Autokorelasi.

4.3.3.2. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda yang persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 X_8 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi untuk *performance*

X_1 = *Performance*

- b_2 = Koefisien regresi untuk *features*
 X_2 = *Features*
 b_3 = Koefisien regresi untuk *reliability*
 X_3 = *Reliability*
 b_4 = Koefisien regresi untuk *conformance to spesification*
 X_4 = *Conformance to spesification*
 b_5 = Koefisien regresi untuk *durability*
 X_5 = *Durability*
 b_6 = Koefisien regresi untuk *serviceability*
 X_6 = *Serviceability*
 b_7 = Koefisien regresi untuk *estetik*
 X_7 = *Estetic*
 b_8 = Koefisien regresi untuk *perceived quality*
 X_8 = *perceived quality*
 e = Error

Nilai koefisien regresi sangat menentukan sebagai dasar analisis, mengingat penelitian ini bersifat *fundamental method*. Hal ini berarti jika koefisien b bernilai positif (+) maka dapat dikatakan terjadi pengaruh searah antara variabel bebas dengan variabel terikat, setiap kenaikan nilai variabel bebas akan mengakibatkan kenaikan variabel terikat. Demikian pula sebaliknya, bila koefisien nilai b bernilai negatif (-), hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dimana kenaikan nilai variabel bebas akan mengakibatkan penurunan nilai variabel terikat (dependen) (Duwi Priyatno, 2012, 127).

Tabel 55.
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,555	,591		4,598	,000
Kinerja	,045	,108	,049	,418	,027
Keistimewaan	,073	,100	,085	,731	,047
Keandalan	,255	,102	,287	2,509	,015
Kesesuaian	,026	,093	,034	,283	,038
daya_tahan	,232	,089	,325	2,607	,011
Serviceability	,013	,120	,012	,104	,017
Estetika	,025	,084	,036	,300	,025
Persepsi	,183	,149	,150	1,224	,025

a. Dependent Variable: loyalitas

Sumber : data diolah SPSS 23 (2018)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 4,555 + 0,045X_1 + 0,073X_2 + 0,255X_3 + 0,026X_4 + 0,232X_5 + 0,013X_6 + 0,025X_7 + 0,183X_8$$

Dari tabel hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk variabel kualitas produk untuk indikator kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, serviceability, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan adalah sebesar (0,027), (0,047), (0,015), (0,038), (0,011), (0,017), (0,025), (0,025). Yang maknanya ($p < 0,05$) maka dari itu hipotesis diterima, artinya variabel kualitas produk indikator kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, serviceability, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Data diatas menunjukkan bahwa, kenaikan kualitas produk untuk indikator kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, serviceability, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan adalah sebesar (0,045), (0,073), (0,255), (0,026), (0,232), (0,013), (0,025), (0,183). Maka berarti, Jika kualitas produk meningkat, maka ia akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar jumlah tersebut pada tiap indikator.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Kualitas produk PT. Teco Multiguna Elektro dinilai sangat baik oleh konsumen, hasil kuisioner untuk variabel kualitas produk sebagian besar menyatakan sangat baik pada tiap indikator. Oleh karena itu, hipotesis diterima.
2. Loyalitas pelanggan PT. Teco Multiguna Elektro dinilai baik, hasil kuisioner untuk variabel loyalitas pelanggan sebagian besar menyatakan baik pada tiap indikator. Oleh karena itu, hipotesis dapat diterima.
3. Kualitas produk PT. Teco Multiguna Elektro berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan untuk indikator kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, serviceability, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan adalah sebesar (0,045), (0,073), (0,255), (0,026), (0,232), (0,013), (0,025), (0,183). Maka berarti, Jika kualitas produk meningkat, maka ia akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar jumlah tersebut pada tiap indikator. Oleh karena itu, hipotesis dapat diterima.

5.2. Saran

1. Bagi manajemen PT. Teco multiguna Elektro, diharapkan memperbaiki estetika pada kualitas produk, seperti membuat dinamo lebih berwarna dan memperbarui desain produk agar pelanggan semakin loyal terhadap produk tersebut.
2. Selain meningkatkan estetika pada kualitas produk, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan fitur dan performa mesin terhadap produk dinamo agar pelanggan tetap loyal dan membeli walau terdapat informasi negatif.
3. Diharapkan manajemen perusahaan terus memperbaiki bahkan meningkatkan setiap indikator kualitas produk yang dimilikinya agar pelanggan semakin loyal terhadap produk dari PT. Teco Multiguna Elektro.

Daftar Pustaka

- Basu Swasta & Irawan. (2002), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kedua. Cetakan kesebelas. Liberty Offset : Yogyakarta.
- Danang Sunyoto, (2014), *Metodologi Penelitian*, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Duwi Priyatno. (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS 20*, CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Garvin, David. (2009), *Managing Quality*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty, menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- J. Supranto, (2008), *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler & Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta, Penerbit PT. Indeks.
- Kotler & Keller, (2012), *Marketing Management*, Edisi 14, *Global Edition*, Pearson Prentice Hall.
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong, (2012), *Principles of marketing, Global Edition, Pearson education*.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2011), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga. Edisi 12.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2010), *Principles of Marketing*, Pearson. Edisi 13.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009), *Manajemen Pemasaran*, Erlangga. Edisi 13.
- Oentoro, Deliyanti. (2012), *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : LaksBang PRESSindo.

- Phillip Kotler, (1980), *Marketing Management, Analysis, Planning, and Control*, Edisi keempat, Prentice-Hall, Inc., London, hal. 22.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha. (2013), *Perilaku Konsumen – pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*, Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET. Edisi 1
- Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Empat. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, danang, (2013), *Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, Edisi Pertama, Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, Yogyakarta. CV. ANDI OFFSET.
- William J. Stanton, (1978), *Fundamentals of Marketing*, edisi kelima, Kogakusha, McGraw-Hill Book Company, Tokyo, hal. 5.
- Yamit, Zulian. (2013), *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*, Yogyakarta : EKONISIA. Cetakan keenam.
- Sari, Rika Mawarni. (2015), *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Sophie Martin Di Surakarta*, Surakarta, Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Sukmawati, indah. (2011), *pengaruh pelayanan prima (service exxcelent) terhadap loyalitas pelanggan prima swalayan cabang nganjuk*, Skripsi UIN MMI : fakultas psikologi.

LAMPIRAN



P.T. TECO MULTIGUNA ELEKTRO

Office : Jl. Bandengan Utara No. 83/1-2-3, Jakarta 14440 - Indonesia
 P.O. Box : 4967 JKT 10049
 Telp. (62-21) 6622201, 6696985 (Hunting), 6615782, 6695024 - Fax. 6697029, 6615783
 Branch : Jl. Berbek Industri II No. 21 Sidoarjo 60293 (Dalam Kawasan Rungkut Industri Surabaya)
 Telp. : (62-31) 8431952, 8417399, 8437817 - Fax : 8436672
 Factory : Jl. Mayor Oking Km 2.7 - Gunung Putri, Citeureup 16961 Bogor
 Telp. (62-21) 8753401, 8754982 - Fax. 8752843
 Rep. Office : Komp. Semarang Indah Blok C-XII No. 5, Semarang Barat 50144
 Telp. (62-24) 7612310, Fax : 7612363
 E-mail : marketing@teco-indonesia.com Website : www.teco-indonesia.com

SURAT KETERANGAN

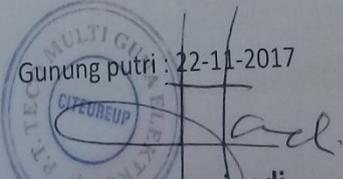
Dengan ini kami menerangkan bahwa :

Nama : RIMA SURYA CANDRA PUTRI UTAMI
 NPM : 02111414
 MAHASISWA : F.E.UNIVERSITAS PAKUAN
 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

Telah melaksanakan Riset / Magang /PKL dari tanggal 03 s/d 28 Juli 2017 diperusahaan kami :

Nama : P.T. TECO MULTIGUNA ELEKTRO
 Alamat : JL. MAYOR OKING KM. 2,7 GUNUNG PUTRI.
 CITEUREUP 16961 BOGOR.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya

Gunung putri : 22-11-2017

Wiryo aminadi
 HRD PT. TECO.M.E

Kuesioner

Dengan hormat

Saya mahasiswa Universitas Pakuan Bogor Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Dengan Konsentrasi Pemasaran Program S1 sedang menyelesaikan skripsi mengenai **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PT TECO MULTIGUNA ELEKTRO.”**. saya mengharapkan bantuan dari bapak/ibu/saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan pada kuesioner ini.

Angket ini semata-mata hanya untuk kegiatan ilmiah dimana identitas bapak/ibu/saudara/i sangat kami rahasiakan.

Atas kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Bogor , Desember 2017

Rima Surya Candra P.U

Petunjuk : beri tanda (√) pada salah satu kotak yang sesuai dengan pilihan anda.

Profil responden

Bagian I

Isilah kotak jawaban yang tersedia dibawah ini	
Nama :	
Jenis kelamin	<input type="radio"/> Pria <input type="radio"/> Wanita
Apakah tingkat pendidikan terakhir Bapak/Ibu tamatkan	<input type="radio"/> Sd <input type="radio"/> Smp <input type="radio"/> Sma <input type="radio"/> D3 <input type="radio"/> S1 <input type="radio"/> >S1
Berapa jumlah order dalam 1 bulan terakhir	<input type="radio"/> 1-3 kali <input type="radio"/> 4-6 kali <input type="radio"/> 7-10 kali
Lamanya menjadi pelanggan Pt. Teco Multiguna Elektro.	<input type="radio"/> < 1 tahun <input type="radio"/> 1-5 tahun <input type="radio"/> 6-10 tahun <input type="radio"/> > 10 tahun

Bagian II

1. Isilah kolom penilaian sesuai pendapat anda dengan memberikan tanda silang (X)
2. Parameter penilaian sebagai berikut :

1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju 3 = cukup setuju
4 = setuju 5 = sangat setuju

Pernyataan kualitas produk (x) pada PT. Teco Multiguna Elektro.**Kinerja (*performance*)**

no	Pernyataan	1	2	3	4	4
1	Mudah dalam penggunaan dinamo					
2	Produk dinamo elektrik cocok sebagai dinamo khusus					
3	Manfaat yang didapat sesuai dengan besarnya pengorbanan waktu dan usaha dalam menggunakan produk dinamo Pt Teco Multiguna Elektro.					

Keistimewaan tambahan (*features*)

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
4	Body dinamo full pendingin, Rpm sesuai standar ukuran pole dan hpnya					
5	Variasi dan materi produk Pt Teco Multiguna Elektro cocok dan sesuai kebutuhan					
6	Pembungkus dinamo memiliki 3 lapisan					

Keandalan (*reliability*)

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
7	Lapisan pembungkus cukup tebal					
8	Lapisan pembungkus cukup banyak					
9	Pembungkus tidak mudah pecah					

Kesesuaian dengan spesifikasi

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
10	Ukuran dinamo tiap kemasan sesuai standar					
11	Jumlah dinamo sesuai order					
12	Dinamo elektrik teco memiliki kualitas produk yang terjamin					

Daya tahan (*durability*)

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
13	jarang terjadinya kerusakan pada dinamo					
14	Produk dinamo elektrik teco memiliki daya tahan yang kuat dan tahan lama					
15	Dinamo tidak cepat panas					

Serviceability

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
16	Kedatangan dinamo jarang terlambat (lebih dari 2 hari)					
17	Kondisi pengangkutan dinamo baik					
18	PT. Teco Multiguna Elektro cepat tanggap dalam menangani keluhan					

Estetika

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
19	Warna dinamo terlalu pucat					
20	Warna dinamo terlalu gelap					
21	Desain kemasan dinamo menarik					

Kualitas yang dipersepsikan

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
22	Kualitas dinamo PT. Teco Multiguna Elektro lebih baik dari dinamo lain					
23	PT. Teco Multiguna Elektro memiliki reputasi yang baik					
24	PT. Teco Multiguna Elektro merupakan pabrik dinamo elektrik no 1 di indonesia.					

Pernyataan Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Pt Teco Multiguna Elektro**Melakukan pembelian barang secara teratur**

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya selalu membeli produk Pt Teco Multiguna Elektro					
2	Jika ada produk baru saya akan terus membeli produk tersebut					
3	Saya akan melakukan pembelian berulang secara teratur					

Melakukan pembelian disemua lini produk

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
4	Bila harga produk meningkat tajam, maka saya tetap membeli produk PT Teco Multiguna Elektro					
5	Saya akan membeli semua produk PT Teco Multiguna Elektro					
6	Jika terdapat informasi negatif terhadap produk tersebut, maka saya akan tetap membelinya.					

Mereferensikan kepada orang lain

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
7	Jika ada yang ingin membeli dinamo, saya akan merekomendasikan dinamo dari PT Teco Multiguna Elektro					
8	Saya akan mereferensikan dinamo dari PT Teco Multiguna Elektro					
9	Jika ada yang membutuhkan informasi tentang dinamo, saya akan mereferensikan dinamo dari PT Teco Multiguna Elektro					

Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

no	Pernyataan	1	2	3	4	5
10	Saya setia dengan produk PT Teco Multiguna Elektro					
11	Saya tidak terpengaruh dengan produk dinamo lain					
12	Saya hanya membeli produk PT Teco Multiguna Elektro					

