

PENGARUH KUALITAS PRODUK, SALURAN DISTRIBUSI DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. FATONA JAYA SUKSES

Rosinta Romauli Situmeang¹; Yuwanndy²; Veronika³; Cindy Yeohan⁴

Universitas Prima Indonesia, Medan^{1,2,3,4}

Email: veronikazhong@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Terjadinya penurunan Loyalitas Pelanggan disebabkan Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan yang masih belum optimal. Teori yang digunakan berkaitan dengan Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan serta loyalitas Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 216 pelanggan dan sampel berjumlah 140 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling random sampling*. Analisis data yang digunakan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa secara parsial dan secara simultan Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to test and analyze the effect of Product Quality, Distribution Channels and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. The decrease in Customer Loyalty is due to the inadequate Product Quality, Distribution Channels and Customer Satisfaction. The theory used is related to product quality, distribution channels and customer satisfaction and customer loyalty. The population in this study amounted to 216 customers and a sample of 140 customers. The sampling technique used was random sampling. The data analysis used was validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing. The conclusion in this study is that partially and simultaneously Product Quality, Distribution Channels and Customer Satisfaction have a positive and significant effect on Customer Loyalty at PT Fatona Jaya Sukses.

Keywords: Product Quality, Distribution Channels, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

PT Fatona Jaya Sukses bergerrak di bidang manufaktur sepatu dan sandal. Berdasarkan survey awal bahwa pada PT Fatona Jaya Sukses mengalami penurunan

tingkat kesetiaan pelanggan atau loyalitas pelanggan yang dicerminkan dari menurunnya jumlah pelanggan sepatu. Penurunan jumlah pelanggan ini juga mengakibatkan penurunan penjualan sepatu dan sandal PT Fatona Jaya Sukses.

Penurunan jumlah pelanggan terjadi pada bulan Juli 2019 sebanyak 8 pelanggan yang disebabkan adanya fluktuasi harga sepatu dan sandal dan banyak pelanggan yang merasakan kekecewaan.

Kualitas produk sepatu dan sandal yang diproduksi dan di distribusikan mengalami penurunan. Hal ini diakibatkan karena ingin bersaing dengan perusahaan sandal lainnya sehingga memproduksi dengan penyesuaian harga yang murah dan terjadi penurunan kualitas produk. Banyak lem sepatu dan sandal yang terbuka sehingga tingkat retur meningkat. Dimana pada bulan Agustus 2019 adalah tingkat retur yang tertinggi sebanyak 26 dus sepatu dan 18 dus sandal. Selain itu juga desaing produk yang ditawarkan masih belum mengikuti perkembangan pasar sehingga menyebabkan banyak pelanggan PT Fatona Jaya Sukses yang melakukan transaksi dengan perusahaan sejenis lainnya.

Saluran distribusi sepatu dan sandal PT Fatona Jaya Sukses kepada pelanggan masih mengecewakan. Ketidakefektifan saluran distribusi menyebabkan tingkat keluhan kepada perusahaan PT Fatona Jaya Sukses semakin tinggi. Hal ini memicu banyak pelanggan kecewa. Keluhan tertinggi terjadi pada bulan Januari 2019 sebanyak 14 keluhan kepada perusahaan. Banyaknya keluhan ini berupa ketidaktepatan pengiriman pesanan pelanggan, ketidaksamaan pesanan pelanggan sehingga pelanggan harus melakukan retur.

Kepuasan pelanggan PT Fatona Jaya Sukses juga mengalami penurunan yang ditandai dengan banyak pelanggan yang melakukan keluhan ketidakpuasan melewati staf marketing ataupun *customer service*. Keluhan kekecewaan pelanggan terbanyak terjadi pada bulan Maret 2019 sebanyak 14 keluhan. Beberapa keluhan berkaitan dengan pelayanan yang belum memuaskan, harga produk sandal maupun sepatu, staf marketing yang kurang aktif dan cepat dalam menanggapi masalah pelanggan yang berkaitan dengan produk sandal dan sepatu PT Fatona Jaya Sukses. Hal ini menyebabkan banyak pelanggan yang tidak loyal kepada perusahaan PT Fatona Jaya Sukses.

Dari permasalahan di atas dengan judul skripsi : “Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.”

Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses?
2. Bagaimana pengaruh Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses?
3. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses?

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Tentang Kualitas Produk

Menurut Sudaryono (2016:86), kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.

Menurut Sunyoto (2013:123), terdapat tiga ukuran kualitas yang dapat digunakan untuk barang yaitu :

1. Kualitas desain (*design quality*).
2. Kualitas penampilan (*performance quality*).
3. Kualitas yang memenuhi (*conformance quality*).

Teori Tentang Saluran Distribusi

Firmansyah (2018 :220), saluran distribusi adalah strategi yang berkaitan dengan jumlah perantara yang ada pada suatu wilayah.

Hasan (2013:578), konsep strategis yang mneyngkut saluran distribusi pemasaran adalah :

1. *Physical distribution*
2. Karakteristik
3. *Channel management*

4. Channel relation

Teori Tentang Kepuasan Pelanggan

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: 180) kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Menurut Priansa (2017:207-208), kepuasan konsumen dapat diukur dari perspektif manufaktur maupun produk yang dihasilkan baik berupa barang maupun jasa.

1. Keandalan (*reliability*)
2. Daya tahan (*durability*)
3. Pelayanan (*serviceability*)
4. Keaktualan

Teori Tentang Loyalitas Pelanggan

Yuniarti (2018:241), Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan.

Adam (2015:52), adapun karakteristik pembeli yang loyal antara lain:

1. Melakukan pembelian berulang-ulang.
2. Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.
3. Menolak produk lain.
4. Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing.
5. Melakukan penciptaan prospek.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Fatona Jaya Sukses yang beralamat di jalan Sekolah gang Prona No 78 Dusun V Sunggal. Waktu penelitian dimulai sejak bulan Januari 2019 dan direncanakan akan selesai pada bulan Juni 2020.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

167 pelanggan adalah jumlah populasi dalam penelitian ini. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling random sampling*, Untuk menentukan jumlah sampel

menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan

$$n = \frac{216}{1 + 216(0.05)^2} \quad n = 140$$

140 pelanggan adalah jumlah sampel dan sebanyak 30 pelanggan di luar dari sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1. Angket dibagikan kepada pelanggan.
2. Wawancara dilakukan kepada beberapa pelanggan.
3. Studi dokumentasi yang digunakan yaitu buku, jurnal penelitian dan profile perusahaan.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel

Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. (Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W., 2017:95)

Torang (2016:289), Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Jika nilai $r_{hitung} \geq$ dari r_{tabel} , maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Besarnya r_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar (0,361). Jika nilai $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka butir pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Torang (2016:291), Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $>0,60$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data Penelitian

Model Penelitian

Berdasarkan Tabel 1 :

$$Y = 0,218 + 0,619 X_1 + 0,291 X_2 + 0,179 X_3$$

1. Loyalitas pelanggan sebesar 0,218 apabila Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan mengalami konstan.
2. Loyalitas pelanggan bertambah 0,619 apabila adanya peningkatan untuk kualitas produk.
3. Loyalitas pelanggan bertambah 0,291 apabila adanya peningkatan untuk Saluran Distribusi.
4. Loyalitas pelanggan bertambah 0,179 apabila adanya peningkatan untuk Kepuasan Pelanggan.

Uji Determinasi Hipotesis

Tabel 2. Loyalitas Pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan sebesar 48% dan 52% (100% - 48%) dijelaskan oleh variabel Promosi penjualan, strategi pemasaran, pelayanan dan sebagainya.

Pengujian Hipotesis secara Simultan

Berdasarkan Tabel 3 :

Hasil diperoleh nilai $F_{hitung} 43,814 > F_{tabel} 2,67$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses

Pengujian Hipotesis secara Parsial

Berdasarkan Tabel 4 :

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,618 > 1,978$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,539 > 1,978$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,565 > 1,978$ dan signifikansi $0,011 < 0,05$ yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,618 > 1,978$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses. Kualitas produk sepatu dan sandal yang diproduksi dan di distribusikan mengalami penurunan. Hal ini diakibatkan karena ingin bersaing dengan perusahaan sandal lainnya sehingga memproduksi dengan penyesuaian harga yang murah dan terjadi penurunan kualitas produk. Banyak lem sepatu dan sandal yang terbuka sehingga tingkat retur meningkat. Dimana pada bulan Agustus 2019 adalah tingkat retur yang tertinggi sebanyak 26 dus sepatu dan 18 dus sandal. Selain itu juga desaing produk yang ditawarkan masih belum mengikuti perkembangan pasar sehingga menyebabkan banyak pelanggan PT Fatona Jaya Sukses yang melakukan transaksi dengan perusahaan sejenis lainnya.

Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,539 > 1,978$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan Saluran Ditribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses Saluran distribusi sepatu dan sandal PT Fatona Jaya Sukses kepada pelanggan masih mengecewakan. Ketidakefektifan saluran distribusi menyebabkan tingkat keluhan kepada perusahaan PT Fatona Jaya Sukses semakin tinggi. Hal ini memicu banyak pelanggan kecewa. Keluhan tertinggi terjadi pada bulan Januari 2019 sebanyak 14 keluhan kepada perusahaan. Banyaknya keluhan ini berupa ketidaktepatan pengiriman pesanan pelanggan, ketidaksamaan pesanan pelanggan sehingga pelanggan harus melakukan retur.

Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,565 > 1,978$ dan signifikansi $0,011 < 0,05$ yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses. Kepuasan pelanggan PT Fatona Jaya Sukses juga mengalami penurunan yang ditandai dengan banyak pelanggan yang melakukan keluhan ketidakpuasan melewati staf marketing ataupun *customer service*. Keluhan kekecewaan pelanggan terbanyak terjadi pada bulan Maret 2019 sebanyak 14 keluhan. Beberapa keluhan berkaitan dengan pelayanan yang belum memuaskan, harga produk sandal maupun sepatu, staf marketing yang kurang aktif dan cepat dalam menanggapi masalah pelanggan yang berkaitan dengan produk sandal dan sepatu PT Fatona Jaya Sukses. Hal ini menyebabkan banyak pelanggan yang tidak loyal kepada perusahaan PT Fatona Jaya Sukses.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses. Adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses. Adanya pengaruh positif dan signifikan Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses. Adanya pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Fatona Jaya Sukses

Saran

Saran-saran yang berguna bagi penelitian ini adalah :

1. Bagi PT Fatona Jaya Sukses.
 - a. Meningkatkan kualitas produk dengan tetap menjaga kekonsistenan produk sepatu maupun sandal
 - b. Meningkatkan ketepatan waktu pengiriman sesuai dengan perjanjian dengan pelanggan
 - c. Memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan agar tetap terjaga dan setia kepada perusahaan
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar menyeimbangkan penelitian dan adanya diferensiasi penelitian sehingga penelitian selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang

lain dari variabel bebas dan terikat ini dan melakukan di tempat penelitian yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 1(2), 80-103. <https://doi.org/10.31955/mea.vol1.iss2.pp80-103>.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Firmansyah. Anang. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Priansa, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sangadji, Mamang, Etta, Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Ed.1, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.
- Torang, Syamsir. 2016. *Organisasi dan Manajemen (Perilaku Struktur, Budaya dan Perubahan Organisasi)*. Bandung : Alfabeta.
- Yuniarti, Sri, Vinna. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. Cetakan Kesatu. Bandung : Pustaka Setia.

TABEL

Tabel 1.
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.218	1.970		.110	.912		
KualitasProduk	.619	.110	.419	5.618	.000	.671	1.490
SaluranDistribusi	.291	.064	.296	4.539	.000	.877	1.140
Kepuasan	.179	.070	.185	2.565	.011	.718	1.392

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan
Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 2.
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.491	.480	7.341

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, SaluranDistribusi, KualitasProduk

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 3.
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7083.024	3	2361.008	43.814	.000 ^a
	Residual	7328.719	136	53.888		
	Total	14411.743	139			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, SaluranDistribusi, KualitasProduk

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 4.
Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.218	1.970		.110	.912		
	KualitasProduk	.619	.110	.419	5.618	.000	.671	1.490
	SaluranDistribusi	.291	.064	.296	4.539	.000	.877	1.140
	Kepuasan	.179	.070	.185	2.565	.011	.718	1.392

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Data diolah, 2020