
PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. NOJORONO TOBACCO INTERNATIONAL CABANG CIREBON

Agus Yudianto dan Davis Roman Sinagai

Universitas Wiralodra Indramayu dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon

Email: agusyudianto556@yahoo.com, romiandaviso@gmail.com

Artikel info

Artikel history:

Received : 06-10-2020

Revised : 15-10-2020

Approved : 20-10-2020

Keywords:

product quality,
consumer loyalty

Abstract

The purpose of this study is to determine the quality of the product at PT. Nojorono Tobacco International Cirebon Branch. Knowing customer loyalty at PT. Nojorono Tobacco International Cirebon Branch. Knowing the effect of product quality on the level of consumer loyalty at PT. Nojorono Tobacco International Cirebon Branch. The research method used by the author is a quantitative research method, quantitative research method is cross sectional, namely research to study the factors that influence other factors by approaching, observing and collecting data using a questionnaire. The author uses literature studies obtained from books, scientific journals, and other sources that support the writing of this final project. Data analysis was performed using simple regression analysis techniques. The results showed that the basis for decision making was regression analysis using hypothesis testing, through calculation results. which has been done using SPSS 23.0, the significant value of the product quality variable is $0.000 < 0.05$ and the value of $t_{count} > t_{table} (1.984)$ is $4,897 > 1.984$, which means that the hypothesis in this study accepts H_a , which means that there is a significant influence between the variable product quality on loyalty. consumer.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah Mengetahui kualitas produk pada PT. Nojorono Tobacco International Cabang Cirebon. Mengetahui loyalitas konsumen pada PT. Nojorono Tobacco International Cabang Cirebon. Mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap tingkat loyalitas konsumen pada PT. Nojorono Tobacco International Cabang Cirebon. Metode penelitian yang digunakan penulis merupakan metode penelitian kuantitatif, Metode penelitian kuantitatif bersifat cross sectional yaitu penelitian untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi faktor lainnya dengan cara pendekatan, observasi dan pengumpulan data menggunakan kuisioner. Penulis menggunakan studi literatur yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan sumber-sumber lain yang mendukung penulisan tugas akhir ini.. Analisis data dilakukan dengan

Kata Kunci: kualitas produk, loyalitas konsumen

teknik analisis regresi seerhana. Hasil penelitian menunjukkan Dasar pengambilan keputusan uji analisis regresi menggunakan uji hipotesis, melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan SPSS 23.0 diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1.984) yaitu $4,897 > 1,984$, yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Koresponden author: Agus Yudianto
Email: agusyudianto556@yahoo.com
artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi

CC BY SA



Pendahuluan

Saat ini banyak usaha yang sudah berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan dengan adanya ide kreatif dan inovatif. Seiring dengan ide tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada kualitas produk (Hutomo, 2011). Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri sudah harus dipikirkan sebelumnya, agar lebih tepat pada sasaran konsumen. Karena konsumen yang potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya faktor kualitas produk sehingga membuat konsumen merasa sangat puas dan lebih memilih produk kita daripada produk pesaing yang lain (BAEDOWI & Lataruva, 2012).

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Konsumen akan membeli produk kalau mereka tertarik dan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat” (Kotler, Armstrong, ANCARANI, & Costabile, 2015).

Dengan adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya. Kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh produsen. Kualitas produk merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Permana, 2013). Faktor yang paling penting untuk menciptakan Kualitas produk adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Selestio & Khasanah, 2013).

Bila apa yang diinginkan oleh konsumen terpenuhi otomatis konsumen akan semakin puas. Produsen harus mempunyai strategi untuk meningkatkan kualitas produk, agar konsumen tetap membeli produk secara terus menerus. Pembelian terus menerus mengartikan bahwa konsumen memiliki loyalitas terhadap produk. Oleh karna itu produsen

harus menjual kualitas produk mereka sesuai dengan harga layak (Pandesia, Saerang, & Sumarauw, 2017).

Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai keinginan yang kuat dari konsumen untuk membeli kembali produk atau jasa dan tidak akan berpindah ke perusahaan lain. Konsumen yang loyal akan selalu melakukan pembelian ulang dikemudian hari, jika mereka membutuhkan produk atau jasa yang sama (Harahap & Amanah, 2019). Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang membuktikan bahwa konsumen yang loyal terhadap sebuah produk, akan berniat untuk membeli ulang produk tersebut di kemudian hari. Secara tidak langsung, loyalitas konsumen dapat meningkatkan daya saing dari sebuah perusahaan (Porral & Lang, 2015).

Berdasarkan dari latar belakang yang dipaparkan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang peningkatan mutu kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka mendapatkan loyalitas konsumen serta terjadinya minat untuk membeli. Adapun judul lengkap dari penelitian ini adalah: “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di PT. Nojorono Tobacco International Cabang Cirebon”.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis merupakan metode penelitian kuantitatif, metode kuantitatif adalah ilmu dan seni yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisis data dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan (Yusuf, 2016). Metode penelitian kuantitatif bersifat *cross sectional* yaitu penelitian untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi faktor lainnya dengan cara pendekatan, observasi dan pengumpulan data menggunakan kuisioner (Hamdi & Bahrudin, 2015). Penulis menggunakan studi literatur yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan sumber-sumber lain yang mendukung penulisan tugas akhir ini.

Hasil dan Pembahasan

a) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid (Arikunto, 2013). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016). Untuk mengukur validitas instrument menggunakan rumus korelasi *product moment* seperti pada persamaan 1 (Al Fath, 2015):

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variable dependen dengan

Independen

N = Jumlah sampel

X = Skor butir Soal

Y = Skor Total

Dengan kriteria pengujian apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,05$. Maka alat ukur dinyatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi prudoct moment dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 20.

b) Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadapkuesioner stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS Versi 20 dengan uji statistic Alpha Crincbach. Berikut persamaan uji reliabilitas (Arikunto, 2013).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{(\sum \sigma_b^2)}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Banyaknya Soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Kriteria uji reliabilitas dengan rumus alpha adalah suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

a. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji ini adalah untuk menguji apakah dalam sebuah modelregresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusinormal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Data distribusi normal dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari pengambilan keputusan. Jika data menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas. Uji normalitas juga dapat ditunjukkan jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut persamaan uji normalitas (Sugiyono, 2013) :

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan :

X^2 = Chi Kuadrat

O_i = Frekuensi yang diobservasi

E_i = frekuensi yang diharapkan

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar 155variable independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor (VIF)* (Sugiyono, 2013).

$$VIF = \frac{1}{1 - R_i^2}$$

Keterangan :

R_i^2 = Koefisien determinasi dari regresi 156variable bebas ke i
 $VIF > 10$ = Indikasi multikoleniaritas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas atau yang terjadi heteroskedastisitas kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatter plot* dimana:

- Jika penyebaran data pada *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heteroskedastisitas.
- Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem Heteroskedastisitas (Sugiyono, 2013).

$$\ln(s_i^2) = \beta_0 + \beta \ln X_i + u_i$$

Keterangan :

\ln = regresi

s_i^2 = kuadrat nilai unstandardized residual dari uji regresi

β_0 = konstanta regresi

$\beta \ln X_i$ = konstanta regresi variable independen

u_i = residual tes

4. Uji statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$ yang artinya adalah apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (), tidak semua parameter simultan sama dengan nol, atau $H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \dots \neq \beta_k \neq 0$ yang artinya adalah semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2013).

Kriteria pengujian :

- Jika tingkat signifikansi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.
- Jika tingkat signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Keterangan : F hitung diperoleh dengan menggunakan $dk_1 = 3$ (156variable bebas) dengan $dk_2 = n - k - 1 = (100 - 3 - 1) = 26$. Berdasarkan $dk_1 = 3 = 0,05$ dan $dk_2 = 96$ diperoleh $F_{tabel} = 2,70$

5. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam

menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen (Sugiyono, 2013):

$$R^2 = \frac{((n)(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y))^2}{((n)(\sum X^2) - (\sum X)^2)(n)(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}$$

Keterangan :

$\sum X$ = Jumlah data X

$\sum Y$ = Jumlah data Y

$\sum XY$ = Jumlah dari X.Y

$\sum X^2$ = Jumlah data X^2

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100, maka nilai r_{tabel} dapat diketahui. Adapun perhitungannya adalah $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$. Jadi *degree of freedom* (df) = 98 dan alpha 0,10. Berdasarkan tabel koefisien korelasi *r product moment* maka diperoleh $> r_{tabel} = 0,1646$.

1) Validitas Variabel Kualitas Produk (X)

Hasil perhitungan validitas instrument kualitas Produk (X) menggunakan program SPSS 23.0 for Windows diperoleh:

Tabel 1
Uji Validitas Kualitas Produk (X)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	47,4400	22,411	,628	,826
item2	46,8200	21,280	,681	,820
item3	47,0200	20,141	,775	,810
item4	46,9900	23,727	,313	,846
item5	47,2000	20,242	,695	,817
item6	47,0000	21,455	,633	,823
item7	47,2300	22,037	,538	,830
item8	46,6000	23,293	,504	,834
item9	46,8400	21,206	,647	,822
item10	47,0600	24,037	,324	,844
item11	47,1000	23,182	,119	,848
item12	47,1100	24,867	,116	,860

Sumber : SPSS 23.0 for Windows

Tabel 2
Hasil Pengukuran Validitas Kualitas Produk

No. Butir	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,628	0,1646	Valid
2	0,681	0,1646	Valid
3	0,775	0,1646	Valid

4	0,313	0,1646	Valid
5	0,695	0,1646	Valid
6	0,633	0,1646	Valid
7	0,538	0,1646	Valid
8	0,504	0,1646	Valid
9	0,647	0,1646	Valid
10	0,324	0,1646	Valid
11	0,119	0,1646	Tidak Valid
12	0,116	0,1646	Tidak Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23.0

Berdasarkan hasil perhitungan nilai validitas item pernyataan untuk variabel kualitas produk (X). Terdapat nilai validitas untuk item pernyataan dengan nomor 11 dan 12 yaitu $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut tidak valid. Sedangkan untuk item lainnya yaitu item no 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, dan 10 memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan item pernyataan yang valid guna menghasilkan data yang dapat digunakan untuk proses analisis data. Hasil perhitungan nilai validitas item pernyataan yang valid dan dapat digunakan dalam proses penelitian ini adalah:

Tabel 3
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	43,2400	21,073	,649	,843
item2	42,6200	19,996	,696	,838
item3	42,8200	18,836	,798	,828
item4	42,7900	22,349	,330	,864
item5	43,0000	18,909	,719	,834
item6	42,8000	20,141	,650	,841
item7	43,0300	20,757	,547	,849
item8	42,4000	22,040	,503	,853
item9	42,6400	20,011	,646	,841
item10	42,8600	22,748	,326	,863

Tabel 4
Hasil Pengukuran Validitas Kualitas Produk

No. Butir	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,649	0,1646	Valid
2	0,696	0,1646	Valid
3	0,798	0,1646	Valid
4	0,330	0,1646	Valid
5	0,719	0,1646	Valid
6	0,650	0,1646	Valid
7	0,547	0,1646	Valid
8	0,503	0,1646	Valid
9	0,646	0,1646	Valid
10	0,326	0,1646	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23.0

Berdasarkan hasil perhitungan nilai validitas item pernyataan untuk variabel kualitas produk (X). Terdapat nilai validitas untuk item pernyataan dengan nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, dan 10 memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh untuk setiap pernyataan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga semua pernyataan untuk variabel kualitas produk (X) adalah valid. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan instrumen variabel kualitas produk (X) valid untuk dapat digunakan dalam proses analisis data.

1) Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Hasil perhitungan validitas instrument Loyalitas Konsumen menggunakan program SPSS 23.0 for Windows diperoleh:

Tabel 5
Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	36,9900	18,252	,501	,818
item2	37,1000	17,061	,606	,807
item3	37,1600	17,752	,614	,807
item4	37,2100	18,026	,474	,821
item5	37,2100	17,703	,527	,815
item6	37,0600	18,582	,481	,820
item7	37,3000	18,293	,435	,825
item8	37,1000	18,394	,411	,827
item9	37,1100	18,018	,566	,812
item10	37,1000	17,727	,615	,807

Sumber : SPSS 23.0 for Windows

Tabel 6
Hasil Pengukuran Validitas Loyalitas Konsumen (Y)

No. Butir	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,501	0,1646	Valid
2	0,606	0,1646	Valid
3	0,614	0,1646	Valid
4	0,474	0,1646	Valid
5	0,527	0,1646	Valid
6	0,481	0,1646	Valid
7	0,435	0,1646	Valid
8	0,411	0,1646	Valid
9	0,566	0,1646	Valid
10	0,615	0,1646	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23.0

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh untuk setiap pernyataan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga semua pernyataan untuk variabel Loyalitas Konsumen (Y) adalah **Valid**. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan instrumen variabel Loyalitas Konsumen (Y) valid untuk dapat digunakan dalam proses analisis data.

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.

1) Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X)

Hasil perhitungan reliabilitas instrumen menggunakan program *SPSS 23.0 for Windows* diperoleh :

Tabel 9
Uji Reliabilitas Kualitas Produk
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	10

Sumber: *SPSS 23.0 for Windows*

Dengan melihat hasil perhitungan diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 atau 0,860 > 0,60 sehingga variabel kualitas Produk (X) adalah reliabel.

2) Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Hasil perhitungan reliabilitas instrumen menggunakan program *SPSS 23.0 for Windows* diperoleh:

Tabel 10
Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	10

Sumber: *SPSS 23.0 for Windows*

Dengan melihat hasil perhitungan diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 atau 0,831 > 0,60 sehingga variabel Loyalitas Konsumen (Y) adalah reliabel.

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Hasil dari uji normalitas dengan kolmogorov-smirnov menggunakan program *Statistical Package for The Social Sciences (SPSS) 23. 0 For Windows* adalah sebagai berikut :

Tabel 11
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,41227313
Most Extreme Differences	Absolute	,135
	Positive	,074
	Negative	-,135
Test Statistic		,135

Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Dasar pengambilan keputusan dalam uji Normalitas melalui uji *Kolmogorov-Smirnov Test* yaitu jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil SPSS diatas diketahui bahwa nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dari variabel Kualitas Produk dan variabel Loyalitas Konsumen berdistribusi Normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat *problem multikolinearitas*. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Tabel 12
Coefficients Multikolinearitas

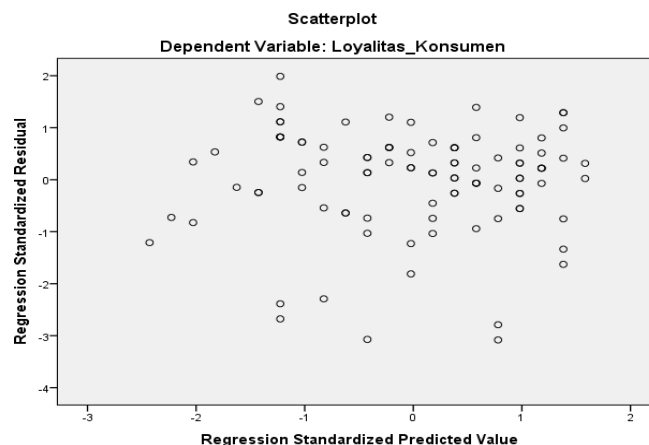
Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,744	1,528

Sumber : SPSS 23.0 for Windows

Berdasarkan tabel 4.12 terlihat untuk kedua variabel independen, angka VIF $1,528 < 10$ dan angka Tolerance $0,744 > 0,10$. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang Hemoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas terhadap variabel kualitas produk (X) dan loyalitas konsumen (Y) dengan menggunakan program SPSS versi 23 for windows yaitu sebagai berikut:



Gambar 1

Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar dapat dilihat bahwa terdapat titik-titik yang menyebar dan tidak

membentuk suatu pola tertentu seperti bergelombang atau membentuk sebuah garis, artinya bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas melainkan homoskedastisitas.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk melihat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen PT Nojorono Cabang Kota Cirebon, dapat dilihat dari hasil SPSS 23.0 for windows dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1
Hasil Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Produk (X) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,305	3,274		5,285	,000
Kualitas_Produk	,338	,069	,443	4,897	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

Sumber : SPSS 23.0 for Windows

Dasar pengambilan keputusan uji analisis regresi apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka dapat diartikan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang diuji. Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikansi variabel kualitas Produk sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1.984) yaitu $4,897 > 1.984$. maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas konsumen.

Berdasarkan tabel pada kolom *Unstandardized Coefficients* diketahui persamaan regresinya adalah $Y = 17,305 + 0,338X$. Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa setiap peningkatan satu stauan nilai Kualitas Produk akan meningkatkan nilai Loyalitas Konsumen sebesar 0,338.

Tabel 2
Koefisien Determinasi
Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,443 ^a	,197	,188	3,42964

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

Sumber : SPSS 23.0 for Windows

Angka R sebesar 0,443 menunjukkan bahwa korelasi antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen termasuk dalam kategori cukup kuat. Besarnya angka *Adjusted R Square* adalah 0,188. Angka tersebut menunjukkan besarnya pengaruh kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen adalah 18,8%. Adapun sisanya sebesar 81,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam objek penelitian.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan variabel bebas tersebut bersifat positif, artinya semakin tinggi kualitas produk maka akan mengakibatkan semakin tinggi juga loyalitas konsumen yang dihasilkan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis

yang diajukan. Penjelasan pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian yang diajukan adalah untuk menguji hipotesis antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan langkah-langkah analisis sebagai berikut:

1. Perumusan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen PT Nojorono Cabang Kota Cirebon.

H_a : Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen PT Nojorono Cabang Kota Cirebon.

1. Ketentuan pengujian

Jika $t_{hitung} > 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Menghitung besarnya angka t_{hitung} dengan menggunakan *SPSS 23.0 for windows*.

3. Dasar pengambilan keputusan uji analisis regresi menggunakan uji hipotesis, melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan menggunakan *SPSS 23.0* diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1.984) yaitu $4,897 > 1.984$, yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_a artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

4. Pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas konsumen sebesar 18,8%, adapun sisanya dari sebesar 81,2% dipengaruhi faktor lainnya yang tidak masuk dalam objek penelitian sebagai variabel independen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada PT Nojorono Tobacco International Cabang Cirebon menggunakan teknik analisis regresi dengan Uji t diketahui nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1.984) yaitu $4,897 > 1.984$.

Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada PT Nojorono Tobacco International Cabang Cirebon. Pengaruh Insentif terhadap Produktivitas Kerja Karyawan termasuk dalam kategori cukup kuat, Hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,188 angka tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada PT Nojorono Tobacco International Cabang Cirebon sebesar 18,8%, sedangkan sisanya sebanyak 81,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak masuk dalam objek penelitian sebagai variabel independen.

Kualitas produk sangat berpengaruh pada loyalitas konsumen PT. Nojorono tobacco International Cabang Cirebon. Secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel strategi pemasaran yaitu Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.

Bibliografi

- SAI Fath, A. M. (2015). Pengaruh Motivasi, Lingkungan, dan Disiplin Terhadap Prestasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran IPA Kelas V SDN 19 Banda Aceh. *Visipena Journal*, 6(1), 1–11.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian atau pendekatan praktik. Cet XV.*
- BAEDOWI, M. M. Z. A., & Lataruva, E. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Merek Rokok Djarum Super (Studi kasus pada konsumen rokok Djarum Super di kota Semarang).* Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2015). *Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan.* Deepublish.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2019). Kajian Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(1).
- Hutomo, A. S. (2011). Pengaruh kualitas produk dan tingkat kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada produk makanan tela krezz cabang Bekasi. *Jurnal Manajemen.*
- Kotler, P., Armstrong, G., ANCARANI, F. G., & Costabile, M. (2015). *Principi di marketing.* Pearson Italia.
- Pandesia, A. E., Saerang, I. S., & Sumarauw, J. S. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Griya Paniki Indah Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 4(2).
- Porral, C. C., & Lang, M. F. (2015). Private labels. *British Food Journal.*
- Selestio, R., & Khasanah, I. (2013). *Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek oasis (studi pada konsumen CV. Sinar Mas Murni Distributor Oasis Cabang Jakarta Selatan).* Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Sugiyono, H. (2016). *Metode kualitatif dan kuantitatif. Cetakan Ke-23. Alfabeta, Bandung.*
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan.* Prenada Media.