

**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *CORN CHIPS*
(Studi Kasus UKM Putri Malindo 1 di Desa Salulemo
Kabupaten Luwu Utara)**

**Produk Quality Relationship to Corn Chips Consumer Loyalty
(Case Study of UKM Putri Malindo 1 in Salulemo Village, North Luwu Regency)**

Akra Rafita¹⁾, Dafina Howara ²⁾, Husnul Khatima²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Tadulako, Palu

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Tadulako

E-mail : arafyka@gmail.com ,dhowara@yahoo.com, khatimahusnul35@gmail.com

ABSTRACT

The product's quality relationship to consumer loyalty is to find out if there is a positive relationship between product quality (durability, price, taste, and brand) toward consumer loyalty to corn chips in princess malindo's industry. Data collection takes place in the December 2020 to January 2021. The identification of the respondents in this study is done with meteode, where any consumer met at the time of the study can be regarded as a person if that person can be the source of the data that researchers need. The method used in the study is the victimology of rank spearman and the likert scale. The analysis shows that coefficient correlation to consumer loyalty is, 0.996 with the significance of 0,000, coefficient prices on consumer loyalty are 0.514 with the significance of 0.004, coefficient correlation of the sense of consumer loyalty is 0.839 with the significance of 0,000. Coefficients of a brands correlation to consumer loyalty are 0.564 with 0.001 significance because the significance of < 0.05 , hence the H_0 is rejected, meaning H_a received the coefficient results of the correlation can also be understood that its correlation is positive meaning there is a significant connection between durability. The price, the taste, the brand on the consumer loyalty of princess malindo 1.

Keywords: Product Quality, Contentment, Loyalty.

ABSTRAK

Hubungan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif antara kualitas produk (daya tahan, harga, rasa, dan merek) terhadap loyalitas konsumen *Corn chips* pada industri Putri Malindo 1. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Desember 2020 sampai januari 2021. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan meteode (*accidental*), dimana setiap konsumen yang di temui pada saat penelitian dapat dijadikan responden jika orang tersebut dapat menjadi sumber data yang diperlukan peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Korelasi Rank Spearman dan skala likert. Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien korelasi daya tahan terhadap loyalitas konsumen adalah, 0,996 dengan signifikansi 0,000, koefisien harga terhadap loyalitas konsumen adalah 0,514 dengan signifikansi 0,004, koefisien korelasi rasa terhadap loyalitas konsumen adalah 0,839 dengan signifikansi 0,000, koefisien korelasi merek terhadap loyalitas konsumen adalah 0,564 dengan signifikansi 0,001 karena signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima hasil koefisien korelasi tersebut juga dapat dipahami bahwa korelasinya bersifat positif artinya ada hubungan signifikan antara daya tahan, harga, rasa, merek terhadap loyalitas konsumen industri Putri Malindo 1.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan, Loyalitas.

PENDAHULUAN

Menurut Goeth dan Davis *dalam* Tjiptono (2005) dalam Danang Sunyoto (2012) Kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi, selain itu salah satu dimensi kualitas produk yaitu daya tahan.

Menurut Kotler dan Keller *dalam* Lili Suryanti (2011) produk adalah apa saja yang di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan, jadi kualitas produk adalah keseluruhan corak dan karakteristik barang yang dapat ditawarkan kepada para pelanggan dalam memenuhi keinginan ataupun kebutuhan para pelanggan.

Menurut (Philip Kotler, 1995) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan harapannya, jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang di rasakan dengan harapan, pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan pelanggan kecewa, kalau kinerja sesuai harapan pelanggan puas, kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Menurut Gaspersz (2008) *dalam* Deny Irawan (2018), daya tahan berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan/atau berat. Definisi diatas bilamana diterapkan pada pengukuran sebuah makanan dan minuman sebuah restoran, maka pengertian Durability diatas adalah tingkat usia sebuah makanan masih dapat dikonsumsi oleh konsumen. Ukuran usia ini

pada produk biasanya dicantumkan pada produk dengan tulisan masa kadaluarsa sebuah produk,.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) *dalam* Noorhayati (2018), menyatakan arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2001) *dalam* Ananda (2018) kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Dewasa ini sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas, harga ialah sejumlah uang yang dibayar konsumen untuk membeli suatu produk, Rasa yang enak yaitu memiliki rasa yang gurih atau lezat, merupakan salah satu bagian dari lima rasa dasar, dimana rasa dasar itu terdiri dari manis, asam, pahit, dan asin. Apabila rasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka konsumen akan loyal terhadap produk tersebut (Damayanti 2015).

Apabila konsumen puas terhadap suatu produk, maka konsumen akan loyal terhadap produk tersebut, bahkan apabila konsumen sudah cocok dengan perusahaannya maka konsumen tersebut akan membeli produk-produk dari perusahaan tersebut (Damayanti 2015).

Perilaku konsumen yang loyal pada suatu produk tentu saja menguntungkan bagi produsennya karena konsumen akan terus berusaha mencari produk yang diinginkannya, namun demikian jika konsumen terus menerus kesulitan mencari produk yang diinginkannya maka lama-lama konsumen akan mencoba merek lain (Danang Sunyoto, 2012).

Menurut Tjiptono (2011) dalam Widayatma (2018), loyalitas konsumen adalah pembelian ulang suatu merek secara konsisten oleh konsumen. Loyalitas konsumen bisa muncul karena adanya kepuasan konsumen sebagai akibat dari layanan yang berkualitas yang memenuhi harapan pelanggan sehingga tidak beralih ke produk lain.

Sulawesi Selatan merupakan penghasil produk pertanian, perikanan, jasa, dan pertambangan. Salah satu komoditi unggulan yang dimiliki Provinsi Sulawesi Selatan pada subsector tanaman perkebunan yaitu komoditi jagung (*Zea mays*), jagung merupakan bahan pokok makanan utama pengganti beras. Jagung merupakan salah satu sereal yang strategis dan bernilai ekonomi serta mempunyai peluang untuk dikembangkan karena kedudukannya sebagai sumber utama karbohidrat dan protein setelah beras juga sebagai sumber pakan Purwanto (2008) dalam Wahyudi (2016).

Menurut Hafsah (2000) dalam Silistyo (2010) Sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil dalam rangka memperluas perannya didalam perekonomian nasional, diperlukan serangkaian pembinaan terpadu dan berkelanjutan untuk mengatasi berbagai masalah tersebut terutama bersumber pada masalah keterbatasan pengetahuan, informasi dan permodalan.

Putri Malindo 1 memanfaatkan produk jagung untuk dijadikan kripik jagung. Langkah ini menjadi salah satu tantangan bagi Putri Malindo 1, untuk meningkatkan kualitas produk karena loyalitas konsumen merupakan elemen penting yang harus di jaga untuk membantu pendapatan khususnya di tengah pandemic COVID-19 yang masih berlangsung sekarang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di UKM Putri Malindo 1 yang terletak di Desa Salulemo, Kecamatan Baebunta, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja

(*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa Putri Malindo 1 merupakan satu-satunya tempat produksi dan pemasaran olahan jagung secara kontinyu di Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember sampai Januari 2021.

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan metode (*accidental*), dimana setiap konsumen yang di temui pada saat penelitian dapat dijadikan responden jika orang tersebut dapat menjadi sumber data yang diperlukan peneliti.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 responden, Gay (1976) dalam Sevilla (1993) menawarkan beberapa ukuran minimum yang dapat diterima berdasarkan tipe penelitian bahwa penelitian korelasi menggunakan 30 subjek. Selain itu karena sulitnya menemukan sampel yang akan di wawancarai karena aktivitas dalam situasi pandemic Covid-19 menuntut semua pihak untuk mengurangi aktivitas diluar rumah sehingga dibatasi sampai 30 responden, Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 27 konsumen, 1 pemilik produk *corn chips* dan 2 karyawan, dengan pertimbangan bahwa responden tersebut dapat memberikan informasi, sehingga diharapkan bisa diperoleh hasil yang cukup akurat dan representatif sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang bersumber dari hasil observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan panduan pertanyaan (*questionnaire*). Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi-instansi terkait, kepustakaan serta berbagai literatur yang menunjang penelitian ini dan relevan dengan tujuan peneliti.

Dalam penelitian ini hasil analisis/uji chi square akan di cocokkan dengan sistem skoring dalam skala likert yang kemudian untuk menentukan korelasi variabel dengan tingkat pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penentuan skor dalam skala

likert menggunakan pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuisisioner dengan memilih lima alternative jawaban, masing-masing alternative tersebut memiliki jawaban tersendiri. Menurut Gerungan W.A (1980) dalam Danang Sunyoto (2012) skala Likert menggunakan sejumlah pernyataan untuk mengukur sikap, setelah pernyataan itu dirumuskan kemudian dibagi kepada sejumlah responden yang akan diteliti.

Menurut Azwar (1997) dalam Aditya Okta (2014) indikator kualitas pelayanan akan diukur dengan menggunakan skala Likert dengan empat tingkatan, dengan menghilangkan jawaban tengah (netral) dengan alasan sebagai berikut :

- a. Memiliki penafsiran ganda
- b. Jawaban netral tidak memberikan ketegasan pendapat responden ke arah setuju atau tidak setuju
- c. Responden memiliki kecenderungan memilih jawaban netral.

Penilaian untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan nilai skor pada setiap variabel. Menghitung rentang skala menggunakan rumus, Durianto (2003) dalam Nadia Putri (2020).

$$R_s = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan :

- R_s = Rentang skala
- n = Jumlah data
- m = Jumlah alternative jawaban

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis regresi linear berganda dengan program SPSS (*Statistical Package for the Sosial Sciences*).

Menurut Aqil dkk (2015) dalam Mufidah (2019) analisis korelasi merupakan salah satu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif. Hubungan antara dua variabel yang dimaksud adalah apakah hubungan tersebut erat, atau tidak ada hubungan. Bentuk hubungannya adalah linear positif atau

linear negative. Korelasi Rank Spearman juga bisa digunakan untuk mengukur asosiasi antara 2 variabel yang berskala ordinal, dimana sumber data kedua variabel yang dikorelasikan bisa berasal dari sumber yang tidak sama dan data tidak harus membentuk distribusi norma (Mufidah 2019).

$$\rho : 1 = \frac{6 \sum_{i=1}^N d_i^2}{N^3 - N}$$

Keterangan :

- ρ (Rho) = Koefisien Korelasi Rank Spearman
- N = Jumlah Sampel
- d_i^2 = Perbedaan antara rangking pada X dan Y yang telah di kuadratkan. Langkah-langkah pengujian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis Daya Tahan Terhadap Loyalitas Konsumen Berdasarkan hasil penelitian dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (P-value) dengan galatnya. Jika signifikansi > 0,05, maka Ho diterima. Jika signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian diatas terlihat bahwa koefisien korelasi daya tahan terhadap loyalitas konsumen adalah, 0,996 dengan signifikansi 0,000 karena signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak, berarti Ha diterima. Artinya terdapat hubungan signifikan antara daya tahan terhadap loyalitas konsumen industri Putri Malindo 1. Hasil koefisien korelasi tersebut juga dapat dipahami bahwa korelasinnya bersifat positif, artinya jika produk sesuai dengan standar kelayakan maka konsumen akan semakin loyal dan terus melakukan pembelian

Uji Hipotesis Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Berdasarkan hasil penelitian dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (P value) dengan galatnya. Jika signifikansi > 0,05, maka Ho diterima. Jika signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian diatas terlihat bahwa koefisien harga terhadap

loyalitas konsumen adalah 0,514 dengan signifikansi 0,004 karena signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima. Artinya terdapat hubungan signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen industri Putri Malindo 1. Hasil koefisien korelasi tersebut juga dapat dipahami bahwa korelasinnya bersifat positif, artinya semakin terjangkau harga produk maka konsumen semakin loyal terhadap produk yang ditawarkan industri Putri Malindo 1.

Uji Hipotesis Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (P value) dengan galatnya. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian diatas terlihat bahwa koefisien korelasi rasa terhadap loyalitas konsumen adalah 0,839 dengan signifikansi 0,000 karena signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima. Artinya terdapat hubungan signifikan antara rasa terhadap loyalitas konsumen industri Putri Malindo 1. Hasil koefisien korelasi tersebut juga dapat dipahami bahwa korelasinnya bersifat positif, artinya jika rasa produk yang di tawarkan sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan semakin loyal terhadap produk industri Putri Malindo 1.

Uji Hipotesis Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Berdasarkan hasil penelitin dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (P-value) dengan galatnya. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian diatas terlihat bahwa koefisien korelasi merek terhadap loyalitas konsumen adalah 0,564 dengan signifikansi 0,001 karena signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima. Artinya terdapat hubungan signifikan antara merek terhadap loyalitas konsumen industri Putri Malindo 1. Hasil koefisien korelasi tersebut juga dapat

dipahami bahwa korelasinnya bersifat positif, artinya semakin menarik desain dan warna merek produk yang di tawaran, maka akan menarik perhatian konsumen sehingga konsumen akan semakin loyal terhadap produk industri Putri Malindo 1.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel kualitas produk yang terdiri dari, daya tahan, harga, rasa, merek terhadap loyalitas konsumen *corn chips* pada Industri Putri Malindo 1 di Desa Salulemo Kabupaten Luwu Utara.

Saran

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa kualitas produk dalam hal ini daya tahan, harga, rasa, dan merek secara signifikan terdapat hubungan positif terhadap loyalitas konsumen, untuk meningkatkan kualitas produk UKM Putri Malindo 1 hendaknya tetap mempertahankan kualitas dari segi desain yang mengikuti tren dan menambahkan lebih banyak lagi varian rasa tidak hanya pedas manis saja. Apalagi sekarang ini banyak sekali industri yang menawarkan olahan jagung yang kualitasnya hampir sama dengan produk *corn chips* dan memiliki banyak pilihan rasa sehingga alternatif pilihan konsumen semakin banyak, dengan demikian maka konsumen akan tetap puas dan loyal terhadap produk *corn chips* yang diproduksi oleh UKM Putri Malindo 1.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Sisam Pematangsiantar Kota Madura*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol. 6, (1) : 1-8.
- Damayanti. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan*.

- Skripsi. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Deni irawan dkk. 2013. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Wingko Babat*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mufidah. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Kutojaya Utara Kelas Ekonomi Tahun 2018*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Purwokerto.
- Noorhayati. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel*. Jurnal Manajemen Vol.12 (1) 42-52.
- Okta Aditya. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Ulang Dengan Menggunakan Produk yang Lain Melalui Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boulevard di Surabaya*. Jurnal Ekonomi Syariah. Vol.1 (8) : 546-564.
- Philip Kotler. 1995. *Manajemen Pemasaran* . Salemba Empat. Indonesia.
- Putri Nadia. 2020. Efektivitas Penggunaan Aplikasi Qraved sebagai Media Memilih Tempat Makan. Jurnal Pewarta Indonesia. Vol 2 (1) : 22-32.
- Sevilla.1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sulistyo 2010. *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Dengan Basis Ekonomi Kerakyatan Di Kabupaten Malang*. Jurnal Ekonomi Modernisasi. Vol 6 (1) : 58-73.
- Suryanti Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Deepublish. Yogyakarta.
- Sunyoto Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. BUKU SERU. Yogyakarta.
- Wahyudi & Ruminta . 2016. *Pertumbuhan dan hasil tanaman jagung (Zea mays L.) toleran herbisida akibat pemberian berbagai dosis herbisida kalium glifosat*. Jurnal Kultivasi. Vol. 15 (2) : 86-91.
- Widayatma. 2018. *Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Serat Acitya. Vol. 7 (3) : 25-34