

**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DISTRIBUSI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PEMESANAN LAMPU  
PADA PT SOLARENS LEDINDO**

**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

**Administrasi Bisnis STIA Bagasasi<sup>1</sup>, Politeknik Pajajaran ICB Bandung<sup>2</sup>**

iinsurtiah22@gmail.com<sup>1</sup>, goenhadis@gmail.com<sup>2</sup>, hendriady.dekeizer@poljan.ac.id<sup>3</sup>,  
idah.rosidah@poljan.ac.id<sup>4</sup>

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to test and analyze the effect of Product Quality, Distribution on Customer Loyalty. The decrease in Customer Loyalty is due to the inadequate Product Quality, Distribution Channels. 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 Solarens Ledindo.*

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

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan. Terjadinya penurunan Loyalitas Pelanggan disebabkan Kualitas Produk dan Distribusi 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 Solarens Ledindo.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Loyalitas Pelanggan

**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

## **PENDAHULUAN**

PT Solarens Ledindo, sebelumnya dikenal sebagai PT Tricom Aero Citra (1993), didirikan pada tahun 2010, terletak di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Memiliki semua pengalaman dari bisnis sebelumnya, memiliki visi untuk menjadi produsen Luminer LED dengan kualitas terbaik dengan mengutamakan sebesar-besarnya penggunaan komponen dalam negeri dengan harga yang kompetitif. Adalah spesialis dalam integrator sistem instalasi energi terbarukan. Misinya adalah senantiasa memproduksi Luminer LED dengan teknologi terdepan, semakin efisien, model yang trendi serta masa pakai yang lama.

Melalui waktu, kemampuan dan pengalaman di bidang teknik, memproduksi, mendistribusikan, menginstal dan memelihara penerangan LED dan sistem energi terbarukan telah menjadi terkenal di seluruh negeri dan dipercaya oleh beberapa pelanggan multinasional juga. Untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, produk telah diakreditasi oleh beberapa standar nasional dan juga telah lulus 9001

akreditasi Manajemen Mutu ISO. Kesadaran terhadap lingkungan, akan selalu berkomitmen untuk terus mengembangkan dan memberikan yang terbaik terhadap kualitas LED yang mengadopsi efisiensi energi lebih kepada pelanggan.

Berdasarkan survey awal bahwa pada PT Solarens Ledindo mengalami penurunan tingkat kesetiaan pelanggan atau loyalitas pelanggan yang dicerminkan dari menurunnya jumlah pelanggan lampu. Penurunan jumlah pelanggan ini juga mengakibatkan penurunan penjualan lampu PT Solarens Ledindo. Penurunan jumlah pelanggan terjadi pada bulan Juli 2019 sebanyak 8 pelanggan yang disebabkan adanya fluktuasi lampu dan banyak pelanggan yang merasakan kekecewaan.

Kualitas produk lampu yang diproduksi dan di distribusikan mengalami penurunan. Hal ini diakibatkan karena ingin bersaing dengan perusahaan lampu lainnya sehingga memproduksi dengan penyesuaian harga yang murah dan terjadi penurunan kualitas produk. Banyak lampu yang cacat sehingga tingkat retur meningkat.

**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

Dimana pada bulan Agustus 2019 adalah tingkat retur yang tertinggi sebanyak 26 dus. Selain itu juga desain produk yang ditawarkan masih belum mengikuti perkembangan pasar sehingga menyebabkan banyak pelanggan PT Solarens Ledindo yang melakukan transaksi dengan perusahaan sejenis lainnya.

Distribusi lampu PT Solarens Ledindo kepada pelanggan masih mengecewakan. Ketidakefektifan distribusi menyebabkan tingkat keluhan kepada perusahaan PT Solarens Ledindo 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.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo?
2. Bagaimana pengaruh Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo?

3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo?

**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 Distribusi**

Firmansyah (2018 :220), distribusi adalah strategi yang berkaitan dengan jumlah perantara yang ada pada suatu wilayah. Hasan (2013:578), konsep strategis yang mneyngkut distribusi pemasaran adalah :

1. Physical distribution
2. Karakteristik
3. Channel management
4. Channel relation

**Teori Tentang Loyalitas Pelanggan**

**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

Yuniarti (2015:241), 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. Solarens Ledindo yang beralamat di jalan Kawasan Industri De Primaterra B2-3B Jalan Sapan - Gedebage, Tegalluar Bandung. Waktu penelitian dimulai sejak bulan Januari 2021 hingga Juli 2021.

**Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi pelanggan adalah jumlah populasi dalam penelitian ini. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling random sampling, Untuk

menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin adalah 140 pelanggan adalah jumlah sampel dan sebanyak 30 pelanggan di luar dari sampel penelitian.

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

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

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Instrumen Variabel**

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

**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

rhitung  $\geq$  dari r tabel, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Besarnya r tabel yang diperoleh adalah sebesar (0,361). Jika nilai rhitung  $<$  dari r tabel, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

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

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan sebesar 48% dan 52% (100% - 48%) dijelaskan oleh variabel Promosi penjualan, strategi pemasaran, pelayanan dan sebagainya. 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 Solarens Ledindo Pengujian Hipotesis secara Parsial Berdasarkan 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 Solarens Ledindo.

Nilai thitung  $>$  ttabel 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 Solarens Ledindo. 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 Solarens Ledindo.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo Nilai t hitung  $>$  t tabel atau  $5,618 >$  1,978 dan signifikansi  $0,000 <$  0,05 yaitu adanya pengaruh positif dan

**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

signifikan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo. Kualitas produk lampu yang diproduksi dan didistribusikan mengalami penurunan. Hal ini diakibatkan karena ingin bersaing dengan perusahaan lampu lainnya sehingga memproduksi dengan penyesuaian harga yang murah dan terjadi penurunan kualitas produk. Banyak komponen yang terbuka sehingga tingkat retur meningkat. Dimana pada bulan Agustus 2019 adalah tingkat retur yang tertinggi sebanyak 26 dus lampu. Selain itu juga desaing produk yang ditawarkan masih belum mengikuti perkembangan pasar sehingga menyebabkan banyak pelanggan PT Solarens Ledindo yang melakukan transaksi dengan perusahaan sejenis lainnya.

Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo 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 Solarens Ledindo Saluran distribusi lampu PT Solarens Ledindo kepada pelanggan masih

mengecewakan. Ketidakefektifan saluran distribusi menyebabkan tingkat keluhan kepada perusahaan PT Solarens Ledindo 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 Solarens Ledindo 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 Solarens Ledindo. Kepuasan pelanggan PT Solarens Ledindo 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 lampu, staf



**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

marketing yang kurang aktif dan cepat dalam menanggapi masalah pelanggan yang berkaitan dengan produk lampu PT Solarens Ledindo. Hal ini menyebabkan banyak pelanggan yang tidak loyal kepada perusahaan PT Solarens Ledindo.

## **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 Solarens Ledindo. Adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo. Adanya pengaruh positif dan signifikan Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo. Adanya pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Solarens Ledindo

### **Saran**

Saran-saran yang berguna bagi penelitian ini adalah :

### **Bagi PT Solarens Ledindo.**

Meningkatkan kualitas produk dengan tetap menjaga konsistensi produk lampu

Meningkatkan ketepatan waktu pengiriman sesuai dengan perjanjian dengan pelanggan

Memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan agar tetap terjaga dan setia kepada perusahaan

**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.
- Assauri, Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Firmansyah. Anang. 2019. Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: Deepublish

**Iin Surtiah<sup>1</sup>, Gunardi<sup>2</sup>, Hendriady de Keizer<sup>3</sup>, Idah Rosidah<sup>4</sup>**

- 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, Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Ed.1, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran. Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi Offset
- Sunyoto, Danang. 2013. Teori, Kuesioner dan Analisi 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 :PustakaSetia.