

**PENGARUH KUALITAS PRODUK KITA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PERUSAHAAN UMUM BULOG KANWIL SUL-SELBAR
KOTA MAKASSAR**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALITY IN
KITA PRODUCTS OF THE GENERAL COMPANY BULOG OFFICE IN
SOUTH SULAWESI AND WEST SULAWESI MAKASSAR CITY***

Musdalifa, Haedar Akib, Muh. Darwis, Andi Aslinda, Muh. Rizal.

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri
Makassar

Email : musdalifah951@gmail.com

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk KITA Perusahaan Umum Bulog Kanwil Sul-selbar Kota Makasar Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar Dibimbing oleh Prof.Dr.Haedar Akib M.Si dan Muhammad Darwis S.Pd,M.P.d. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan Perusahaan Umum BULOG Kanwil Sul-selbar Kota Makassar. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan desain penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melalui observasi, kuesioner (angket) dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan terdiri atas analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode survei, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner dan dokumentasi serta dianalisis menggunakan bantuan SPSS25. Dari hasil pengolahan data untuk variabel kualitas Produk diperoleh Persentase Nilai Sebesar 90 persen, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk KITA Perusahaan Umum BULOG Kanwil Sul-selbar Kota Makassar masuk dalam kategori sangat baik . Dari hasil uji koefisien Determinasi Loyalitas Pelanggan Perusahaan umum BULOG masuk dalam kategori sangat loyal dimana nilai loyalitas tinggi artinya Pelanggan puas atas Produk yang ditawarkan oleh perusahaan umum BULOG . Berdasarkan hasil Regresi Linear sederhana kualitas produk sangat berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan karena nilai f hitung lebih besar dari f tabel pada kategori Kuat/ Tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk KITA Sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

ABSTRAC

The Effect of product Quality on Customer Loyalty in KITA Products General Componay BULOG office For South Sulawesi and west Sulawesi, Makassar city, Essay Business Administration Study program, Faculty of social Sciences, Makassar State University. Supervised by: Prof. Dr. Haedar Akib, M. Si and Muhammad Darwis S. Pd, M. Pd This study aims to determine the effect of product quality on customer loyalty of Public Company Bulog Regional Office of South Sulawesi and West Sulawesi, Makassar City. This type of research is a descriptive study with a quantitative research design. The data collection technique is done through observation, questionnaire (questionnaire) and documentation. The data analysis technique used consists of descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis. In this study, researchers tried to determine how much influence product quality has on customer loyalty. This study used a survey method, data collection was carried out by observation, questionnaires and documentation and analyzed using SPSS25. From the results of data processing for the variable product quality, the percentage value of 90 percent is obtained, so it can be concluded that the quality of KITA Products of the Public Company BULOG Regional Office of South Sulawesi and West Sulawesi Makassar City is in the very good category. From the test results of the Determination of Customer Loyalty coefficient, BULOG public companies fall into the very loyal category where the high loyalty value means that the customer is satisfied with the products offered by the general company BULOG. Based on the results of simple Linear Regression, product quality has a very positive effect on Customer Loyalty because the value of f is greater than f table in the Strong / High category so it can be concluded that KITA Product Quality has a very significant effect on customer loyalty..

Key word : product quality and customer loyalty

PENDAHULUAN

Dalam kondisi persaingan Bisnis yang semakin kompetitif saat ini, saat perusahaan yang ada dalam suatu industri berusaha untuk saling merebut pangsa pasar yang ada, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif. Pada dasarnya kesetiaan pelanggan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas Produk. Loyalitas adalah keadaan psikologis yang terdiri dari kepuasan pelanggan, terus menerus dari produk dan adanya hubungan emosional yang mengarah ke hubungan mendalam dari pelanggan dengan perusahaan yang menyediakan layanan jasa atau produk. Menurut Derakhshanfar dan Hasanzadeh (2016) loyalitas pelanggan yang sudah ada harus dipertahankan karena biaya untuk mendapatkan pelanggan yang baru hampir lima kali biaya untuk mempertahankan pelanggan lama.

Kepuasan Pelanggan merupakan suatu evaluasi pasca pembelian yaitu dengan membandingkan harapan pelanggan dengan kenyataan yang diterimanya. Untuk selalu menjaga kepuasan pelanggan maka produk komoditi komersial Perusahaan umum (perum) Badan Urusan Logistik (BULOG) harus dapat mengetahui hal-hal yang menjadi harapan dari pelanggan. Kepuasan pelanggan bagi setiap organisasi, baik sektor jasa ataupun sektor Barang, oleh karena itu tidak setiap waktu produsen dapat memuaskan pelanggan. Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap pelanggan berbeda, dan berbicara secara berbeda. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang dimiliki produk Pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Menurut Tjiptono (2008) mengatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Sedangkan menurut Saladin Djaslim (2010). Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

BULOG adalah perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik pangan. Ruang lingkup bisnis perusahaan milik BUMN ini meliputi usaha logistik/ pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha eceran. Sebagai perusahaan yang tetap mengemban tugas publik dari pemerintah. BULOG Tetap Melakukan kegiatan Menjaga Harga Dasar Pembelian (HDP) untuk gabah, stabilisasi harga khususnya harga pokok, menyalurkan beras untuk orang miskin (Raskin) dan pengelolaan stok pangan. Tugas pokok BULOG Adalah Melaksanakan tugas Pemerintah di bidang manajemen logistik melalui pengelolaan persediaan, distribusi dan pengendalian harga beras (mempertahankan Harga Pembelian Pemerintah-HPP), serta usaha jasa logistik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Arah perubahan tersebut semakin kuat dengan keluarnya Keppres Nomor 166 tahun 2000, yang selanjutnya diubah menjadi Keppres No. 103/2000. Kemudian diubah lagi dengan Keppres Nomor 03 tahun 2002 tanggal 7 Januari 2002 dimana tugas pokok BULOG masih sama dengan ketentuan dalam Keppres Nomor 29 tahun 2000. Akhirnya dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 7 tahun 2003 BULOG resmi beralih status menjadi Perusahaan Umum (Perum) BULOG. Penjualan merupakan suatu unsur penting dalam suatu perusahaan atau badan usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan. Oleh karena itu, perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah dengan menerapkan prosedur penjualan. Dalam melakukan penjualan, perusahaan memerlukan prosedur yang merupakan langkah-langkah pembuatan data yang tersusun dalam urutan tertentu yang dalam sistem akuntansi disebut prosedur penjualan. Prosedur penjualan

adalah urutan kegiatan sejak diterimanya pesanan dari pembeli sampai pencatatan penjualan. Serta melibatkan beberapa bagian dalam perusahaan dengan maksud agar penjualan yang terjadi dapat diawasi dengan baik. Strategi Perum BULOG dalam menyalurkan produknya adalah dengan membangun jaringan distribusi baru untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh Perum BULOG yaitu ketersediaan, keterjangkauan dan stabilitas harga, Program pengembangan jaringan ini dinamakan program Rumah Pangan Kita (RPK)

Rumah Pangan Kita atau disingkat (RPK) adalah *outlet* kecil Milik masyarakat yang menjual berbagai produk pangan Milik BULOG atau sering disebut dengan Sembako (Sembilan Bahan Pokok) seperti beras, minyak, gula, cabai, telur dan bahan pokok lain. Rumah Pangan Kita merupakan jaringan pemasaran Perum BULOG yang bertujuan membangkitkan usaha Rakyat kecil serta untuk pelayanan pangan. (Paramita & Sendow, 2016) Perum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi selatan dan Sulawesi barat ditargetkan dapat membuka 2000 jaringan Rumah Pangan Kita pada tahun 2019 dan sekarang di Pertengahan tahun 2020 sudah mencapai 2567 jaringan Rumah Pangan Kita (Perum BULOG KanWil Sulselbar, 2020). Melihat kondisi peningkatan jumlah Rumah Pangan Kita yang saat ini sudah sebanyak 2567 Rumah Pangan Kita (RPK) tentu saja akan meningkatkan jumlah penjualan tunai kepada Rumah Pangan Kita di Sulawesi Selatan Dan Sulawesi Barat.

Tabel 1.1 Tabel Perkembangan Reaktivasi Sahabat Rumah Pangan kita Divre Sulawesi selatan dan Sulawesi Barat.

No	Kancab/ KCP	Status Sahabat RPK			Jumlah Sahabat RPK s.d 06/10/2020
		Aktif	Terdaftar (Baru)	Tidak Aktif	
1	Polman	256	6	3	265
2	Pare-Pare	87	5	76	168
3	Pinrang	91	3	2	96
4	Sidrap	167	12	0	179
5	Soppeng	61	2	2	65
6	Wajo	153	0	3	156
7	Bone	178	4	2	184
8	Bulukumba	242	7	42	291
9	Selayar	0	20	20	40
10	Palopo	369	24	1	394
11	Makassar	606	59	57	722
12	Mamuju	93	0	4	97
Jumlah		2.303	142	212	2.657

Sumber : Bidang Komersial Perum BULOG Kantor Wilayah Sulsel-bar

Dari Tabel diatas yang diperoleh langsung dari bidang komersial Perum BULOG Kantor Wilayah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat di ketahui Bahwa Jumlah Sahabat Rumah Pangan Kita sampai dengan Oktober 2020 sudah

Mencapai sebanyak 2.567 Mitra Rumah pangan kita (RPK) , dengan jumlah Mitra Rumah Pangan Kita yang aktif sebanyak 2.303, Terdaftar Baru sejumlah 142 Mitra Sahabat Rumah Pangan Kita, dan Mitra Yang Tidak Aktif sejumlah 212 Mempertahankan dan meningkatkan Kualitas Produk pada saat ini merupakan salah satu hal utama bagi perusahaan. dengan menghasilkan suatu produk yang berkualitas, perusahaan akan mendapatkan keuntungan dengan mendapatkan pelanggan yang loyal (Jill Griffin, 2005) Agar dapat bertahan dalam kompetisi persaingan dunia Bisnis yang semakin ketat, memiliki konsumen yang loyal tentu akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Karena dengan adanya konsumen yang loyal perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya lebih dalam mempromosikan Produk barunya, karena konsumen pasti sudah *aware* dengan merek dan kualitas dari produk tersebut. Untuk menarik pelanggan baru suatu Perusahaan memerlukan biaya lima sampai lima belas kali dibandingkan dengan pelanggan lama (Kotler.2001) oleh karena itu menciptakan pelanggan yang loyal menjadi tujuan utama perusahaan. dengan mendapatkan pelanggan yang loyal Perusahaan harus memperhatikan kualitas Produk dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, Dari uraian diatas mendorong peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai faktor apa yang mempengaruhi pelanggan Mitra Rumah Pangan Kita (RPK) yang tetap Loyal pada produk Kita Perusahaan Umum BULOG, peneliti juga ingin mengetahui seberapa baik Produk Kita BULOG dari produk pesaing, serta peneliti ingin mengetahui Seberapa besar loyalitas pelanggan mitra Rumah Pangan Kita (RPK) Terhadap Produk KITA BULOG.

Adapun alasan Peneliti memilih Lokasi ini karena berbagai alasan diantaranya sebagai berikut dimana fenomena yang diamati oleh peneliti yaitu masih banyak Masyarakat yang memilih Produk KITA BULOG sedangkan kita Tahu Bahwa Produk serupa Namun merek yang berbeda memiliki Kualitas yang jauh lebih lebih Baik Tetapi Mitra Rumah Pangan Kita (RPK) Masih Tetap loyal memilih Brand Local seperti Produk Kita BULOG, Serta peneliti pernah menjadi Peserta Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) yang diadakan oleh Forum Human Capital Indonesia (FHCI) selama kurang lebih 7 bulan lamanya sehingga peneliti ingin mengetahui lebih dalam lagi seberapa besar loyalitas pelanggan dalam menggunakan Produk buatan dalam Negeri sendiri yaitu produk KITA BULOG. penelitian ini mengenai “Pengaruh Kualitas Produk KITA Terhadap Loyalitas Pelanggan Perusahaan Umum BULOG Kanwil Sul-Selbar Kota Makassar”

METODE

Jenis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Kualitas Produk (variabel X) adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Loyalitas pelanggan (Variabel Y) Merupakan

Komitmen atau cara yang dilakukan pelanggan untuk berlangganan atau melakukan pembelian ulang produk atau Jasa. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Pendekatan penelitian ini dilakukan dengan mengolah seluruh data-data dari lokasi penelitian. Pendekatan kuantitatif lebih berfokus pada pencarian data dari lapangan yang realitas serta mengacu dengan bukti konsep dan teori yang telah digunakan Variabel independen (X) : Kualitas Produk merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel Y (Loyalitas Pelanggan). Variabel dependen (Y) : Loyalitas Pelanggan Loyalitas Pelanggan merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel X (Kualitas Produk) Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan ialah setelah terlaksananya seminar proposal dan terbitnya surat izin penelitian. Lokasi penelitian ini khususnya dilakukan di Kantor Perusahaan Umum BULOG kanwil Sulsel-bar No.22 PO.BOX 90231, Makassar, Sulawesi Selatan 90113.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk sebagai variabel bebas (independent variable) dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel terikat (dependent variable), untuk kemudian dilakukan pengujian secara statistik apakah ada hubungan variabel Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan. Adanya definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah: Kualitas Produk (variabel X) sebagai independent variable adalah kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan melalui Kualitas Produk yang diharapkan oleh pelanggan sehingga menciptakan Loyalitas pelanggan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Adapun indikator Kualitas Produk didefinisikan sebagai berikut: Kotler Dan Amstrong menjelaskan Indikator Kualitas Produk yaitu: Fitur adalah karakteristik operasi pokok dari produk inti dan dapat di definisikan sebagai tampilan dari sebuah produk sesungguhnya. Fitur sebuah produk itu disajikan atau ditampilkan kepada pelanggan .Keragaman produk Adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Daya tahan produk berkaitan dengan beberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan atau berat. Mutu dan bahan baku Dalam hal ini, dikerjakan oleh manajemen perusahaan agar bahan baku yang diterima perusahaan dapat dijaga kualitasnya yaitu seleksi sumber bahan, pemeriksaan penerimaan bahan dan penjagaan gudang bahan baku perusahaan memperoleh bahan baku dengan kualitas rendah akan ditekan sekecil mungkin, sehingga kualitas bahan baku yang digunakan perusahaan untuk proses produksi dapat dipertahankan pada tingkat tertentu. Teknologi yang digunakan adalah, keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kegiatan operasional perusahaan. Loyalitas Pelanggan (variabel Y) Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan loyalitas pelanggan juga dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembelian yang konsisten. Griffin (2005) mengemukakan Indikator Loyalitas Pelanggan Sebagai Berikut. Pembelian Ulang Konsumen yang loyal adalah mereka yang melakukan pembelian barang atau jasa secara teratur bahkan mereka akan tetap membeli meskipun harganya mengalami kenaikan kebiasaan

Mengonsumsi Merek Konsumen yang loyal bukan hanya membeli satu jenis produk atau jasa saja dari sebuah perusahaan, melainkan mereka juga membeli produk atau jasa tambahan yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Rasa suka yang besar pada merek Para konsumen yang loyal selalu menolak apabila ditawarkan produk atau jasa dari perusahaan lain (pesaing). Mereka sudah memiliki kecintaan tersendiri terhadap produk atau jasa yang telah digunakan. Perekomendasi merek kepada orang lain. Konsumen yang loyal selalu ingin mereferensikan suatu produk atau jasa yang digunakannya kepada orang lain, baik kepada teman ataupun saudara. Mereka selalu berusaha mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama dengan selalu menceritakan kelebihan produk atau jasa yang dia gunakan sampai orang tersebut mencoba menggunakannya. Adapun pengukuran variabel yang akan digunakan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan

Kata populasi digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian, Sugiyono (2013) mendefinisikan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, yang merupakan Populasi adalah Orang yang terdaftar Pada Perusahaan Umum BULOG Kota Makassar sebagai Mitra RPK yang Aktif, Dimana jumlah Mitra Yang Tercatat sebanyak 722 mitra Namun yang aktif Tercatat sebanyak 665 Mitra RPK di kota makassar. berdasarkan data dari Kepala Bagian Komersial Perum Bulog Kantor Wilayah Sulawesi Selatan Dan Barat, Ibu Dwiana Puspitasari . Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh pupulasi tersebut. Menurut Arikunto (2013), teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu Teknik Slovin. Dimana teknik ini adalah teknik untuk menghitung jumlah sampel minimal.

Dalam menggunakan Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, untuk mendapat data-data yang tepat dengan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini, teknik dan prosedur penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut: Observasi Merupakan pengamatan secara langsung dengan sistematis terhadap gejala-gejala yang hendak diteliti. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Kuesioner Merupakan teknik utama karena dengan menggunakan angket diharapkan mampu memperoleh sebagian besar data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian ini. Sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang dijawab secara tertulis pula. Dokumentasi Merupakan teknik pendukung untuk memperoleh data

melalui dokumen- dokumen maupun bukti-bukti tertulis kemudian diadakan pencatatan sesuai dengan kebutuhan sehingga mampu menjamin atau melengkapi data atau informasi yang sudah ada

. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain berkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik dengan bantuan Aplikasi SPSS 25. Data analisis yang digunakan adalah teknik analisis statistik deskriptif dan teknik analisis statistik inferensial dengan penjelasan sebagai berikut. Analisis Statistik Deskriptif Teknik analisis deskriptif merupakan jenis analisis yang dimaksud untuk mengungkapkan atau mendeskripsikan keadaan atau karakteristik masing-masing variabel penelitian secara tunggal dengan menggunakan analisis distribusi frekuensi, rata-rata dan deviasi.

Uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov (K-S). Berdasarkan teknik K-S, variabel penelitian harus memenuhi nilai signifikan lebih 0,05. Analisis Regresi Linear Sederhana Regresi Linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Pengolahan data menggunakan bantuan program Aplikasi SPSS 25 berdasarkan data-data yang diperoleh dari angket yang diisi oleh responden

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bulog adalah perusahaan umum milik negara yang bergerak di bidang logistik Pangan. Ruang lingkup bisnis meliputi usaha logistik/ pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usah eceran. Sebagai perusahaan yang tetap mengembang tugas publik dari pemerintah, Perusahaan umum Bulog tetap melakukan kegiatan menjaga harga dasar pembelian untuk gabah, stabilisasi harga khususnya harga pokok, menyalurkan beras untuk orang miskin (raskin) dan pengelolaan stok pangan.

Perusahaan umum Bulog adalah badan usaha milik negara yang berdiri pada tanggal 31 Januari 2003. Pendiriannya berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2003 tentang Pendirian Perusahaan Umum (Perum) Bulog, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2003 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2003 tentang pendirian Perum Bulog. Tugas pokok BULOG adalah melaksanakan tugas Pemerintah di bidang manajemen logistik melalui pengelolaan persediaan, distribusi dan pengendalian harga beras (mempertahankan Harga Pembelian Pemerintah-HPP), serta usaha jasa logistik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Arah perubahan tersebut semakin kuat dengan keluarnya keppres Nomor 166 TA 2000

yang selanjutnya diubah menjadi Keppres No. 103/2000.

Kemudian diubah lagi dengan Keppres Nomor 03 tahun 2002 tanggal 7 Januari 2002 dimana tugas pokok BULOG masih sama dengan ketentuan dalam Keppres

Nomor 29 tahun 2000. Akhirnya dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 7 tahun 2003 BULOG resmi beralih status menjadi Perusahaan Umum (Perum) BULOG. Penjualan merupakan suatu unsur penting dalam suatu perusahaan atau badan usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan. Oleh karena itu, perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan.

Visi Perusahaan Menjadi perusahaan pangan yang unggul dan terpercaya dalam mendukung Terwujudnya kedaulatan pangan. Misi Perusahaan Menjalankan usaha logistik pangan pokok dengan mengutamakan layanan kepada masyarakat. Melakukan praktik manajemen unggul dengan dukungan sumber daya manusia yang profesional, teknologi terdepan dan sistem yang terintegrasi. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik serta senantiasa melakukan perbaikan yang berkelanjutan. Menjamin ketersediaan, keterjangkauan dan stabilitas komoditas pangan pokok

Penyajian data dan hasil penelitian Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk KITA Perusahaan Umum Bulog Kanwil Sul-selbar Kota Makassar , maka peneliti menggunakan instrumen berupa angket sebagai teknik pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan yang terkait terhadap dua variabel yang diteliti yaitu variabel kualitas Produk (X) dan Loyalitas Pelanggan (Y) yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan program Statistical Standar Solution (SPSS.25) yang dianggap relevan untuk menganalisis seberapa baik kualitas Produk KITA Pada Perusahaan Umum Bulog kanwil Sul-selbar kota Makassar .Pada bagian ini akan dikemukakan pembahasan hasil penelitian pengaruh Kualitas Produk KITA terhadap Loyalitas pelanggan (studi pada perusahaan umum Bulog) di Kota Makassar. Pembahasan ini akan memberikan jawaban atas perumusan masalah penelitian yang dijabarkan sebagai berikut:

Kualitas Produk ,Untuk menganalisis Kualitas Produk kita terhadap Loyalitas Pelanggan pada perusahaan Umum Bulog kanwil Sul-selbar Kota Makassar. Maka digunakan Teori Kualitas Produk oleh Kotler dan Amstrong, 2008;132. Menjelaskan bahwa dimensi dari Kualitas Produk ini meliputi 5 dimensi, yang terdiri dari fitur, Keragaman Produk, Daya Tahan Produk, Mutu dan Bahan Baku dan terakhir Teknologi Yang digunakan. Secara umum Kualitas Produk KITA Pada Perusahaan Umum Bulog pada kategori sangat baik dengan tingkat persentase sebesar 90 persen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Produk KITA berada dalam kategori sangat Baik Dilihat dari tingkat persentase indikator Kualitas Produk sebagai berikut: Fitur , sesuai dengan hasil penelitian terkait dengan indikator fitur berada pada kategori Sangat Baik dengan tingkat persentase sebesar 89 persen. Dari hasil pengamatan bahwa Kualitas Produk KITA terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk KITA perusahaan Umum Bulog Kanwil Sul-selbar kota makassar sudah memenuhi kriteria dengan rasa, harga dan kualitas produk pada pelanggan. Keragaman Produk, sesuai dengan hasil penelitian terkait indicator Keragaman Produk berada pada kategori Sangat Baik dengan tingkat persentase sebesar 89 persen. Dalam hal ini pelanggan produk KITA sudah merasa maksimal,hal ini didukung oleh Perusahaan Umum Bulog dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan Pokok rumah Tangga. Daya Tahan Produk sesuai dengan hasil penelitian terkait indikator Daya Tahan Produk berada

pada kategori Sangat Baik dengan tingkat persentase sebesar 93 persen. Dalam hal ini pelanggan pada produk KITA di Kota Makassar ingin mengetahui ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal. Mutu dan Bahan Baku sesuai dengan hasil penelitian terkait indikator Mutu dan Bahan Baku pada kategori Sangat Baik dengan tingkat persentase sebesar 90 persen. Dalam hal ini pelanggan pada produk KITA perusahaan Umum Kanwil Sul-selbar kota Makassar dapat mengetahui bahan baku yaitu bahan baku yang aman, sehat dan bersih, menjaga mutu bahan baku, kualitas rasa yang baik. Sehingga pelanggan merasa tenang dan nyaman mengkonsumsinya. Teknologi Yang Digunakan sesuai dengan hasil penelitian terkait indikator Teknologi Yang Digunakan berada pada kategori Sangat Baik dengan tingkat persentase 87 persen. pelanggan pada Produk KITA sudah memenuhi kriteria dalam hal teknologi yang digunakan yaitu media promosi, pembelian secara online dan penggunaan alat dalam pembuatan produk.

Loyalitas Pelanggan Untuk menganalisis Loyalitas Pelanggan yang terdapat pada perusahaan umum Bulog kanwil Sul-selbar Kota Makassar, maka digunakan Teori yang dikemukakan oleh Tjiptono dalam Sangadji & Sopiah (2013) mengemukakan 4 (lima) indikator yang bisa digunakan untuk mengukur Loyalitas Pelanggan, yaitu Pembelian Ulang, Kebiasaan Mengkonsumsi Merek, Rasa Suka yang Besar pada Merek, Perekomendasi Merek Kepada Orang. Secara umum Loyalitas Pelanggan pada produk KITA berada pada kategori sangat baik dengan tingkat persentase sebesar 90 persen maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk KITA sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dilihat dari tingkat persentase indikator Loyalitas Pelanggan sebagai berikut: Pembelian Ulang sesuai dengan hasil penelitian terkait dengan indikator Pembelian ulang berada pada kategori sangat baik dengan tingkat persentase sebesar 91 persen. Dalam hal ini pelanggan pada Produk KITA Sudah memenuhi kriteria yaitu pembelian produk, membandingkan kualitas produk dan rekomendasi pilihan produk. Kebiasaan Mengkonsumsi merek sesuai dengan hasil penelitian terkait dengan indikator Kebiasaan Mengkonsumsi merek berada pada kategori Sangat Baik dengan tingkat persentase sebesar 92 persen. Dalam hal ini pelanggan pada Produk KITA di Kota Makassar tidak akan beralih ke produk yang lain, kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan dan kepuasan terhadap produk. Rasa suka yang besar pada merek sesuai dengan hasil penelitian terkait dengan indikator Rasa suka yang besar pada merek berada pada sangat Baik dengan tingkat persentase sebesar 89 persen. Dalam hal ini pelanggan pada Produk KITA perusahaan Umum Bulog kanwil Sul-selbar Kota Makassar memiliki kesetiaan pada produk, produk yang berkualitas dan produk memiliki rasa yang baik dibandingkan produk yang lain. Perekomendasi pada merek kepada orang lain sesuai dengan hasil penelitian terkait dengan indikator Perekomendasi pada merek kepada orang lain berada pada kategori Sangat Baik dengan tingkat persentase sebesar 84 persen. Dalam hal ini pelanggan akan melakukan perekomendasi membeli produk, mengatakan hal positif tentang produk dan mengajak mengkonsumsi produk.

Pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan pada Produk KITA Perusahaan Umum Bulog Kanwil Sul-selbar Kota Makassar sebanyak 87 Responden. Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa nilai r hitung lebih

besar dari pada nilai r tabel sebesar 0,208 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Berdasarkan uji reliabilitas, diketahui bahwa masing-masing variabel Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan diperoleh hasil analisis koefisien Cronbach Alpha sebesar 0,920 lebih besar dari standar koefisien Cronbach Alpha yaitu 0,208. Sehingga dapat dikatakan bahwa hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel adalah reliabel.

Dari hasil penelitian Regresi Linear sederhana dengan menggunakan pengolahan data SPSS 25 menunjukkan bahwa ada pengaruh dari kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan. Data output SPSS25 dengan uji korelasi antara kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan diperoleh Korelasi $r = 0,738$ berada pada interval 0,60-0,799, yang berarti bahwa kontribusi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan memiliki tingkat pengaruh yang kuat/tinggi. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Perusahaan Umum Bulog kanwil Sul-selbar Kota Makassar harus meningkatkan kualitas produk yang diberikan, karena suatu peningkatan kualitas produk akan mempengaruhi loyalitas pelanggan itu sendiri. Berdasarkan data output yang diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,544 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas produk) terhadap variabel terikat (Loyalitas pelanggan) adalah sebesar 54,4 persen, adapun sisanya berada pada variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hal tersebut membuktikan bahwa loyalitas yang dilakukan oleh pelanggan Perusahaan Umum Bulog Kanwil Sul-selbar kota makassar sangat ditentukan oleh faktor kualitas produk, yaitu fitur, keragaman produk, daya tahan produk, mutu bahan baku dan teknologi yang digunakan. Berdasarkan nilai determinasi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, & Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education, Inc.
- Arikunto. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi 6). Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Baum, F. (2012). *Kendali Mutu Terpadu*. Erlangga.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.
- Priansa. (2016). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabet.
- Robinette, S. (2001). *Emotion Marketing*. Mc. Grow Hill Book Company.
- Dzaslim, Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran*. PT. Linda Karya.
- Sangadji, E. ., & Sophia. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Santoso, S. (2007). *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Andi.
- Sekaran, U. (2003). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba 4.
- _____. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba 4.
- Sindoro, A. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Andi.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Penerbit Alfabet.
- Sudijono, A. (2014). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabet.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Andi.
- _____. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- _____. (2010). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Yamit, Z. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa Cetakan Keempat* (1st ed.). Ekonisia.

