



# PENGARUH KUALITAS PRODUK BERAS CAP BURUNG MALEO TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA USAHA GILINGAN PADI CAHAYA UMMUL DI TOLITOLI

Yahya\*<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>STIE Mujahidin Tolitoli, Jl. Samratulangi No.51, Program Studi Manajemen  
e-mail: \*[yahya@stiemujahidin.ac.id](mailto:yahya@stiemujahidin.ac.id),

## Abstrak

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk beras cap Burung Maleo terhadap loyalitas pelanggan pada usaha gilingan padi cahaya ummul di Tolitoli. Metode menganalisis data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dengan menggunakan penjelasan dan perbandingan. Sedangkan analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi akan diperoleh persamaan hubungan dalam bentuk persamaan linier sederhana sebagai persamaan yang dapat mengestimasi hubungan variable bebas dengan variable terikat dan diasumsikan secara matematis, antara kualitas produk beras cap Burung Maleo dengan loyalitas pelanggan usaha gilingan padi Cahaya Ummul di Tolitoli terdapat pengaruh yang sangat signifikan. Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ )=0,05 dan derajat kebebasan (df) = 30-2 = 28, maka nilai F Tabel = 1,70113, dengan nilai F Hitung 281,58. Karena F Hitung > F Tabel, maka tolak H<sub>0</sub> dan terima H<sub>a</sub>., dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk beras cap Burung Maleo terhadap loyalitas pelanggan usaha gilingan padi Cahaya Ummul di Tolitoli

**Kata kunci**— Kualitas produk, Loyalitas pelanggan

## Abstract

*The aim of this study was to determine the effect of the quality of the product of Burung Maleo stamped rice on customer loyalty in the Ummul light rice mill business in Tolitoli. The method of analyzing the collected data was analyzed qualitatively and quantitatively. Qualitative analysis using explanations and comparisons. While the quantitative analysis used in this study using regression techniques will obtain a relationship equation in the form of a simple linear equation as an equation that can estimate the relationship between the independent variable and the dependent variable and is assumed to be mathematically, between the quality of the product of Burung Maleo stamped rice with customer loyalty in the Cahaya rice mill business. Ummul in Tolitoli has a very significant influence. With a significance level ( $\alpha$ ) = 0.05 and degrees of freedom (df) = 30-2 = 28, then the F table value = 1.70113, with an F value Count 281.58. Because F Count > F Table, then reject H<sub>0</sub> and accept H<sub>a</sub>., thus there is a significant effect between the quality of the product of Burung Maleo stamped rice on customer loyalty in the Cahaya Ummul rice mill business in Tolitoli.*

**Keywords**— Product quality, Customer loyalty

## PENDAHULUAN

Pada era yang sudah modern ini, dunia bisnis memang sudah tidak menjadi hal yang asing lagi bagi kita semua, hal ini ditandai dengan adanya perbaikan dalam infrastruktur yang didukung oleh perkembangan teknologi dan arus informasi yang begitu pesat.

Menurut Tjiptono (2008:16) 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, produk yang ditawarkan bisa meliputi barang fisik (seperti sepeda motor, computer, TV), jasa (restoran, penginapan, transportasi). Jadi produk bisa berupa manfaat *tangible* maupun *intangibile*. Salah satu produk yang sangat memperhatikan kepuasan pelanggan adalah produk bahan pangan, salah satunya beras. Beras merupakan kebutuhan pangan yang sangat menentukan kelangsungan hidup manusia terutama di Indonesia. Usaha untuk mempertahankan pelanggan merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan.

Menurut Kurtz (2008:63) Strategi pemasaran adalah program keseluruhan perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari bauran pemasaran; produk, distribusi, promosi, dan harga. Kotler dan Armstrong (2008:63), 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.

Perilaku setelah pembelian suatu produk ditentukan oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan suatu produk sebagai akhir dari proses penjualan. Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*behavior*) daripada sikap. Salah satu sikap positif Pelanggan dapat ditunjukkan melalui setia kepada produk perusahaan dan merekomendasikan produk tersebut kepada Pelanggan lain, sedangkan sikap negatif ditunjukkan melalui perkataan negatif (*word of mouth*) kepada Pelanggan lain dan berpindah kepada perusahaan lain. Kesetiaan merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Adapun definisi loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang Pelanggan terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya (Griffin, 2005:38).

Loyalitas pelanggan memiliki hubungan kausal dengan kualitas produk. Terjadinya loyalitas merek pada konsumen disebabkan adanya pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap merk tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas. Loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas produk dapat digunakan untuk mengembangkan loyalitas pelanggan. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada beberapa merk berkualitas tinggi. Dalam hal kualitas, kualitas produk juga mengandung makna adanya kualitas pelanggan. Indikator kualitas produk menurut Gaspersz (2010:50) adalah sebagai berikut: Kesesuaian dengan spesifikasi, Keistimewaan, Estetika, Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Beras cap Burung Maleo dari gilingan padi Cahaya Ummul selalu menjaga kualitas produk yang dihasilkannya, salah satu caranya dengan memilih bahan baku yang berkualitas yang akan dijual, yaitu dengan memberikan perhatian pada atribut-atribut antara lain tingkat kepulenan, daya tahan, bentuk/tekstur, dan bau. Hal tersebut bertujuan agar pelanggan melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada pelanggan lain,

dan menolak produk lain yang sejenis. Oleh karena itu loyalitas pelanggan terhadap produk pabrik beras Cahaya Ummul akan tetap terjaga. Berdasarkan uraian diatas, maka akan dilakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Beras Cap Burung Maleo terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Gilingan Padi Cahaya Ummul Di Tolitoli.”

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori, yaitu untuk menjelaskan hubungan kausal dengan pengujian hipotesis pada penelitian.

### Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Gilingan padi Cahaya Ummul Desa Lakatan Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli dan dilaksanakan mulai dari bulan September sampai dengan bulan November 2020.

### Metode Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto dalam Anwar (2007 : 23) ada beberapa metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, dalam penelitian pengaruh kualitas produk beras cap Burung Maleo terhadap loyalitas pelanggan di gilingan padi Cahaya Ummul didesa lakatan kecamatan Galang kabupaten Tolitoli, data dikumpulkan dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi (*observation*)
2. Wawancara (*interview*)
3. Dokumentasi
4. Angket (*questionnaire*)

### Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini mencakup data kuantitatif, yaitu data yang berhubungan dengan kategorisasi karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata.

### Metode Analisis Data

Menganalisis data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dengan menggunakan penjelasan dan perbandingan. Sedangkan analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi akan diperoleh persamaan hubungan dalam bentuk persamaan linier sederhana sebagai persamaan yang dapat mengestimasi hubungan variable bebas dengan variable terikat dan diasumsikan secara matematis sebagai berikut (Sugiono, 2002 ; 204)

$$Y = a + bX$$

Di mana :

Y = Loyalitas Pelanggan

X = Kualitas Produk

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Dari persamaan umum  $Y = a + bX$  dari diformulasikan persamaan-persamaan sebagai berikut; untuk mencapai nilai a dan b ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

1. Untuk mencapai nilai konstanta dapat digunakan formulasi sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Yi)(\sum Xi) - (\sum Xi)(\sum XiYi)}{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

2. Sedangkan untuk mencari koefisien b adalah :

$$b = \frac{(\sum XiYi) - (\sum Yi)(\sum Xi)}{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

Gilingan padi Cahaya Ummul yang berada di dusun Singga desa Lakatan kecamatan Galang didirikan sejak tahun 2003 yang memiliki surat izin usaha nomor : 054 /PK /UP.1/3/2013 dari pemerintah, dengan pemilik bapak Hi.Herman dan gilingan padi ini merupakan usaha milik sendiri.

Awal didirikannya gilingan padi Cahaya Ummul ini hanya bergerak dibagian penggilingan padi. Sekitar 10 tahun belakagan sampai sekarang ini sudah memperluas kegiatan usaha yaitu, penjualan beras, penjualan gabah, dan penyewaan traktor serta penyewaan alat panen padi.

Menjalankan usahanya setiap harinya gilingan padi Cahaya Ummul memiliki 10 orang karyawan dan semuanya adalah laki-laki yang bekerja sebagai buruh karena untuk bagian pencatatan keuangannya dikelola sendiri oleh pemilik gilingan padi. Sistem penjualan yang dilakukan tidak hanya secara langsung, dapat juga melalui telepon. konsumen dapat memesan beras terlebih dahulu dan beras akan diantar sampai tujuan jika pembelian dalam jumlah besar, gilingan padi Cahaya Ummul ini juga merupakan salah satu gilingan padi yang menjadi mitra bagi petani di beberapa desa yang ada di kecamatan Galang.

### Karakteristik Responden Penelitian

#### *Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

Jenis Kelamin		Jumlah (Orang)
Laki-Laki	Perempuan	
30	0	30

Sumber : Hasil Kuesioner (2020)

Tabel 1 Profil Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data dari tabel 1 di atas dilihat bahwa jumlah responden laki-laki adalah 30 orang dengan persentase 100%. Dengan kata lain keseluruhan responden berjenis kelamin laki laki.

#### *Karakteristik Responden Berdasarkan Usia*

Rentang Usia	Frekuensi	%
24-29	3	10%
30-35	8	27%
36-41	9	30%

42-47	4	13%
45-53	4	13%
54-59	2	7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Hasil kuesiner (2020)

Tabel 2 Profil Usia Responden

Berdasarkan tabel 2 didapatkan informasi bahawa kebanyakan responden berusia 36-41 tahun dengan besar persentase 30% berjumlah 9 orang, selanjutnya responden yang berusia 30-35 tahun berjumlah 8 orang dengan besar persentase 27%, kemudian rentang usia 42-47 tahun dan 45-53 tahun memiliki persentase yang sama yaitu 13 % dengan jumlah responden masing-masing 4 orang, kemudian responden yang berusia 24-29 tahun berjumlah 3 orang dengan besar persentase 10%, dan yang terakhir adalah reponden berusia 54-59 tahun berjumlah 2 orang dengan besar persentase 7%.

### ***Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan***

Pekerjaan	Frekuensi	%
Petani	17	57%
Wiraswasta	6	20%
Pengusaha	6	20%
Mahasiswa	1	3%
Jumlah	30	100%

Sumber : Hasil kuisisioner (2020)

Tabel 3 Profil Pekerjaan Responden

Berdasarkan tabel 3 didapatkan informasi bahawa kebanyakan responden bekerja sebagai petani berjumlah 17 orang dengan besar persentase 57 %, selanjutnya responden yang bekerja sebagai wiraswasta dan pengusaha berjumlah masing-masing 6 orang dengan besar persentase 20%, dan mahasiswa hanya 1 orang dengan besar persentase 3%.

### **Kualitas Produk Beras Cap Burung Maleo Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Gilingan Padi Cahaya Ummul di Tolitoli**

Untuk menentukan tingkat kualitas produk beras cap Burung Maleo, digunakan 5 indikator dilengkapi dengan tabel penjelasan berikut :

#### ***Tingkat Kepuasan***

Pendapat responden tentang kepuasan produk beras cap Burung Maleo secara umum mengatakan setuju dengan pernyataan tersebut dengan besar persentase sebesar 60% dengan jumlah frekuensi responden yang memilih sebanyak 18 orang dan 12 orang atau 40% responden lainnya menyatakan sangat setuju dengan pendapat tersebut.

informasi tentang tingkat kepuasan responden terhadap bentuk dan tekstur beras Cap Burung Maleo. Terdapat 13 orang responden dengan persentase sebesar 43% yang menyatakan sangat setuju dan 17 orang lainnya menyatakan setuju atau persentasenya sebesar 57%. Dari jumlah data tersebut kita dapat mengetahui bahwa tingkat kepuasan responden terhadap bentuk dan tekstur beras cap Burung Maleo termasuk kategori tinggi.

#### ***Daya Tahan Beras***

responden yang menyatakan sangat setuju sebesar 33% dengan frekuensi sebanyak 10 orang, sedangkan 47 % atau setara dengan 14 orang dari responden menyatakan setuju, namun 20% atau sebanyak 6 orang menyatakan tidak setuju jika ketahanan beras sangat baik walaupun disimpan selama 6 bulan.

pendapat responden tentang penilaian terhadap pernyataan mengenai ketahanan beras setelah dimasak menjadi nasi, sebagian besar memilih setuju dengan pendapat tersebut dengan besar persentase 87% atau sekitar 26 orang memilih setuju, sementara 3 orang lainnya atau setara dengan 10% memilih opsi sangat setuju, namun terdapat 1 orang atau hanya sekitar 3% memilih kurang setuju dengan pernyataan tersebut.

#### ***Bentuk dan Tekstur Beras***

pendapat responden mengenai tingkat kepulenan beras setelah dimasak / dilah menjadi nasi, setengah dari responden atau 15 orang menyatakan setuju dengan pendapat tersebut atau jika dipersentasekan mencapai 50%, kemudian 14 orang atau setara dengan 47% memilih sangat setuju,, dan hanya 1 responden saja atau jika di persentasekan menjadi 3% yang menyatakan pendapat kurang setuju dengan pernyataan tersebut.

tentang pendapat responden mengenai keutuhan butiran beras. 16 orang atau setara dengan 53% menyatakan setuju dengan pendapat tersebut sedangkan 13 orang menyatakan sangat setuju atau sebesar 43% dan hanya 1 orang atau 3% saja yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan tersebut.

#### ***Aroma***

tentang pendapat responden tentang aroma harum beras setelah dimasak diolah menjadi nasi. 1 orang responden atau 3% menyatakan kurang setuju dengan pendapat tersebut. Namun, terdapat 19 orang yang jika dipersentasekan menjadi 63% memilih setuju dan 10 orang lainnya atau sebesar 33% memilih sangat setuju dengan pendapat bahwa terdapat aroma harum setelah beras diolah menjadi nasi.

pendapat responden tentang aroma beras tidak apek jika disimpan dalam waktu yang lama, 63% atau 19 orang memilih setuju dengan pendapat tersebut, dan 10 orang atau persentasenya sebesar 33 % menyatakan sangat setuju dengan pendapat tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua responden sependapat bahwa beras tidak apek walaupun disimpan dalam jangka waktu yang lama (6 bulan).

#### ***Banyaknya Pilihan Beras***

tentang berbagai macam pilihan beras cap Burung Maleo yang dapat dipilih, ada 19 orang atau sebesar 63% memilih setuju, 9 orang atau sebesar 30% menyatakan sangat setuju, walaupun 2 orang atau sebesar 7% menyatakan kurang setuju dengan pendapat tersebut, tetap dapat dikatakan bahwa kepuasan responden terhadap ketersediaan berbagai macam pilihan beras cap Burung Maleo termasuk kategori tinggi.

pendapat responden tentang situasi jika terdapat tiga pilihan beras, maka responden tetap memilih produk beras cap Burung Maleo, ada 11 orang atau sebesar 44% memilih setuju, 19 orang atau sebesar 63% menyatakan sangat setuju. Jadi, dapat dikatakan bahwa produk beras cap Burung Maleo tetap menjadi pilihan walaupun dibandingkan dengan produk lainnya.

#### ***Loyalitas Konsumen***

Untuk menentukan tingkat loyalitas konsumen terhadap produk beras cap Burung Maleo, digunakan 5 indikator sebagai berikut dilengkapi dengan tabel penjelasan berikut :

#### ***Frekuensi Pembelian***

tentang loyalitas pelanggan dilihat dari kecenderungan responden melakukan pembelian secara berulang-ulang kali, sebanyak 16 orang atau sebesar 53% responden

memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 14 orang atau sebesar 47% memilih setuju dengan pendapat tersebut. Jadi, dapat diketahui bahwa responden melakukan pembelian secara berulang-ulang atau lebih dari tiga kali, maka dapat diktakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari frekuensi pembelian termasuk kategori tinggi.

diperoleh informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari penilaian responden mengenai kinerja yang dari gilingan padi Cahaya Ummul dalam menghasilkan produk beras cap Burung Maleo, sebanyak 17 orang atau sebesar 57% responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 13 orang atau sebesar 43% memilih setuju dengan pendapat tersebut. Jadi, dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari kinerja gilingan padi cahaya Ummul dalam menghasilkan produk yang baik termasuk kategori tinggi.

#### ***Merekomendasikan Kepada Orang Lain***

informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari kesediaan responden merekomendasikan produk beras cap Burung Maleo, sebanyak 18 orang atau sebesar 60 % responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 12 orang atau sebesar 40% memilih setuju dengan pendapat tersebut. Jadi, dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari kesediaan responden untuk merekomendasikan produk yang baik termasuk kategori tinggi.

informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari kesediaan responden untuk mengatakan hal-hal positif mengenai produk beras cap Burung Maleo, sebanyak 16 orang atau sebesar 53% responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 14 orang atau sebesar 47% memilih setuju dengan pendapat tersebut. Jadi, dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari kesediaan responden untuk mengatakan hal-hal-hal positif tentang produk beras cap Burung Male yang baik termasuk kategori tinggi.

#### ***Tidak tertarik terhadap Produk yang Sejenis***

diperoleh informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari harga murah yang ditawarkan produk beras cap Burung Maleo, sebanyak 10 orang atau sebesar 33 % responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 19 orang atau sebesar 63% memilih setuju dengan pendapat tersebut, namun, 1 orang atau 3% memilih kurang setuju dengan pendapat. Jadi, dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari kesediaan responden untuk merekomendasikan produk yang baik termasuk kategori tinggi.

informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari kesediaan responden merekomendasikan produk beras cap Burung Maleo, sebanyak 16 orang atau sebesar 53% responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 14 orang atau sebesar 47% memilih setuju dengan pendapat tersebut. Jadi, dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari daya tarik yang ditawarkan produk beras cap Burung Maleo yang baik termasuk kategori tinggi.

#### ***Menolak Menggunakan Produk Lain yang Sejenis***

informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari kesediaan responden untuk tetap memilih produk beras cap Burung Maleo, sebanyak 16 orang atau sebesar 53% responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 14 orang atau sebesar 47% memilih setuju dengan pendapat tersebut. Jadi, dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari kesediaan responden untuk tetap memilih produk beras cap Burung Maleo termasuk kategori tinggi.

informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari penilaian responden tentang produk beras cap Burung Maleo memiliki kualitasnya sendiri, sebanyak 15 orang atau

---

sebesar 50 % responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 15 orang atau sebesar 50% memilih setuju dengan pendapat tersebut. Jadi, dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari penilaian responden bahwa produk beras cap Burung Maleo memiliki kualitas produknya sendiri termasuk kategori tinggi.

#### ***Keterjangkauan Harga***

informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari keterjangkauan harga produk beras cap Burung Maleo, sebanyak 12 orang atau sebesar 40 % responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 16 orang atau sebesar 53% memilih setuju. Walaupun 2 orang atau 7% memilih kurang setuju dengan pendapat tersebut, tetap dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari kesediaan responden untuk merekomendasikan produk yang baik termasuk kategori tinggi.

informasi tentang loyalitas pelanggan dilihat dari keterjangkauan harga produk beras cap Burung Maleo, sebanyak 11 orang atau sebesar 37 % responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 17 orang atau sebesar 57% memilih setuju. Walaupun 2 orang atau 7% memilih kurang setuju dengan pendapat tersebut, tetap dapat dikatakan loyalitas pelanggan jika dinilai dari variasi harga produk yang baik termasuk kategori tinggi.

#### **Pengaruh Kualitas Produk Beras Cap Burung Maleo terhadap Loylitas Pelanggan pada Usaha Gilingan Padi Cahaya Ummul**

$$\hat{Y} = a + bX$$

##### ***a. Untuk menentukan nilai b***

$$b = \frac{n \cdot \Sigma XY - \Sigma X \cdot \Sigma Y}{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$b = \frac{30 \cdot 58070 - 1297 \cdot 1341}{30 \cdot 56269 - 1682209}$$

$$b = \frac{2823}{5861} = 0,482$$

##### ***b. Untuk menentukan nilai a***

$$a = \frac{\Sigma Y - b \cdot \Sigma X}{n}$$

$$a = \frac{1341 - 0,482 \cdot 1297}{30}$$

$$a = \frac{1341 - 624711}{30}$$

$$a = \frac{716,289}{30}$$

$$a = 23,876$$

##### ***c. Menghitung persamaan regresi sederhana***

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = 23,876 + 0,482 \cdot 1$$

$$\hat{Y} = 23,876 + 1,482$$

$$\hat{Y} = 24,358$$



Dari hasil analisis tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan diasumsikan jika Variabel kualitas produk (x) sama dengan satu maka loyalitas pelanggan sebesar 24,358.

#### *d. Uji Signifikansi*

Dengan kaidah pengujian signifikansi :

Jika  $F_{Hitung} \geq F_{Tabel}$ , maka tolak  $H_0$  artinya terdapat pengaruh kualitas produk beras cap Burung Maleo terhadap loyalitas pelanggan usaha gilingan padi Cahaya Ummul di Tolitoli.

Jika  $F_{Hitung} \leq F_{Tabel}$ , maka terima  $H_0$  artinya tidak terdapat pengaruh kualitas produk beras cap Burung Maleo terhadap loyalitas pelanggan usaha gilingan padi Cahaya Ummul di Tolitoli.

Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = 30-2 = 28, maka nilai  $F_{Tabel} = 1,70113$ , Karena  $F_{Hitung} \geq F_{Tabel}$ , maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk beras cap Burung Maleo terhadap loyalitas pelanggan usaha gilingan padi Cahaya Ummul di Tolitoli.

### **SIMPULAN**

Antara kualitas produk beras cap Burung Maleo dengan loyalitas pelanggan usaha gilingan padi Cahaya Ummul di Tolitoli terdapat pengaruh yang sangat signifikan. Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = 30-2 = 28, maka nilai  $F_{Tabel} = 1,70113$ , dengan nilai  $F_{Hitung} 281,58$ . Karena  $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ , maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk beras cap Burung Maleo terhadap loyalitas pelanggan usaha gilingan padi Cahaya Ummul di Tolitoli.

### **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dianjurkan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Usaha gilingan padi Cahaya Ummul diharapkan dapat menjaga kualitas produk dalam hal daya tahan beras, karena dari hasil penilaian responden terdapat beberapa responden menyatakan bahwa beras mudah rapuh dalam jangka waktu 6 bulan. Selain itu, diharapkan usaha gilingan padi Cahaya Ummul perlu menambah pilihan beras karena beberapa pelanggan menyatakan produk beras cap Burung Maleo masih terbatas jenis pilihannya.
2. Produk beras cap Burung Maleo di harapkan dapat menyediakan produk dengan harga rendah, sedang dan tinggi, karena terdapat beberapa pelanggan yang menyatakan harga produk beras cap burung maleo relatif tidak terjangkau.
3. Penelitian terhadap usaha gilingan padi sebaiknya dilakukan dengan cepat dan efektif, mengingat usaha gilingan padi tidak beroperasi secara aktif sepanjang tahun, hanya pada bulan-bulan tertentu dan puncaknya pada saat musim panen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tjiptono, F, 2008, *Strategi Pemasaran, Edisi III*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- [2] Kurtz, Boon, 2008, *Contemporary Marketing 14th*, Sount-West Cengage Learning, New York.
- [3] Kotler, Philip, Armstrong, Garry, 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- [4] Griffin, 2005, *Customer Loyalty*, Erlangga, Jakarta.
- [5] Gaspersz, Vincent, 2010, *Total Quality Management (TQM)*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [6] Anwar, M, I, 2007, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- [7] Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.