

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Beras Melati Ligar

Dendy Barqah¹ Sungkono²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2}

*Email Korespodensi: mn21.dendybarqah@mhs.ubpkarawang.ac.id

Diterima: 10-07-2024 | Disetujui: 11-07-2024 | Diterbitkan: 12-07-2024

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of service quality and customer value on customer loyalty of Ligar Melati Rice. The descriptive and quantitative methods used in this research were carried out at the Melati Ligar rice mill, Jl, Mekar Mulya, village, Mekar Mulya, sub-district, Telukjambe Barat, Kab, Karwang, Indonesia. The sample for this research consisted of Management Students from the Faculty of Economics and Business, Buana Perjuangan University, Karawang. Data collection was carried out by distributing questionnaires to management students and the results were validated using SPSS. The research results showed that the quality of customer service value towards customer loyalty of jasmine ligar rice was proven to satisfy consumers with the quality of the rice sold having a high quality value and good service. This can make consumers feel satisfied with good service and quality rice.

Keywords: Service Quality; Customer Value

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Beras Melati Ligar. Metode deskriptif dan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan di penggilingan padi Melati Ligar, jl, mekar Mulya, desa, mekar Mulya, kec, telukjambe barat, kab, karwang, Indonesia. Sampel penelitian ini terdiri dari Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa manajemen dan hasilnya divalidasi menggunakan SPSS. Hasil penelitian didapatkan bahwa kualitas layanan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan beras melati ligar terbukti memuaskan para konsumen dengan kualitas beras yang dijual memiliki nilai kualitas yang tinggi serta layanan yang baik. Hal ini dapat membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang baik dan beras yang ternilai berkualitas.

Kata Kunci: Kualitas Layanan; Nilai Pelanggan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Dendy Barqah, & Sungkono. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Beras Melati Ligar. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 464-469. <https://doi.org/10.62710/vtzhxt21>

PENDAHULUAN

Karena preferensi dan sikap setiap orang terhadap objek berbeda, perilaku pembelian setiap orang dapat digambarkan sebagai unik. Konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda karena mereka berasal dari berbagai segmen. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak variabel terus-menerus. Produsen harus mengetahui bagaimana pelanggan berperilaku terhadap barang atau merek yang saat ini tersedia di pasar, dan kemudian mereka harus menggunakan berbagai strategi untuk menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang diproduksinya. Assael (2012) dan Sodik (2014) membuat model perilaku konsumen untuk menjelaskan tiga hal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Stimulus adalah komponen pertama yang mempengaruhi pelanggan. Konsumen memproses informasi dari promosi, teman, atau pengalaman mereka sendiri. Ini dikenal sebagai stimulasi. Pengaruh tambahan berasal dari sifat pribadi. Perilaku setelah pembelian suatu produk, yang ditentukan oleh apakah pelanggan puas atau tidak dengan produk tersebut di akhir proses penjualan. Perilaku, atau perilaku, lebih banyak bergantung pada kepercayaan pelanggan daripada pendapat mereka. Konsumen positif dapat ditunjukkan dengan setia kepada produk perusahaan dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Konsumen negatif dapat ditunjukkan dengan cara yang sama, dengan mengucapkan kata-kata negatif kepada orang lain dan meninggalkan perusahaan tersebut.

METODELOGI PENELITIAN

Metode deskriptif dan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan di penggilingan padi Melati Ligar, jl, mekar Mulya, desa, mekar Mulya, kec, telukjambe barat, kab, karwang. Indonesia Sampel penelitian ini terdiri dari Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa manajemen dan hasilnya divalidasi menggunakan SPSS.

Variable	Dimensi	Indicator
System pembayaran digital	Transfer	Non cash
Keputusan pelanggan	transaksi	Cash

Kuisisioner Penelitian.

Informasi Mengenai responden seperti nama, email, alamat, usia, gender dan yang lainnya. Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner penelitian :

No	Pertanyaan	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa kualitas layanan pada beras melati ligar sangat memuaskan pelanggan	0	0	22	3
2	saya rasa kualitas beras melati ligar sangat bagus untuk di konsumsi	0	0	20	5
3	Harga beras melati ligar sangat terjangkau	0	3	21	1
4	Saya rasa beras melati ligar harga sesuai dengan kualitas	0	1	20	4
5	Apakah sudah sebaiknya beras melati ligar di pasarkan secara online	0	1	14	10
6	Saya rasa kualitas pelayanan beras melati ligar sangat ramah	0	3	16	6
7	Saya rasa beras melati ligar harus membuka toko beras pertama di kota karawang	0	2	15	8
8	Keutuhan beras melati ligar kualitasnya bagus tidak ada patahan	0	1	22	2
9	saya rasa kemasan beras melatiligar baik dan rapih	0	1	22	2
10	penggilingan beras di melati ligar sangat bersih dan menjadikan beras yang berkualitas	0	1	22	2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X
X1	Pearson Correlation	1	.657**	.743**	.497*	.186	.114
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.012	.373	.586
	N	25	25	25	25	25	25
X2	Pearson Correlation	.657**	1	.458*	.245	.283	-.057
	Sig. (2-tailed)	<.001		.021	.237	.170	.785
	N	25	25	25	25	25	25
X3	Pearson Correlation	.743**	.458*	1	.646**	.394	-.008
	Sig. (2-tailed)						
	N						
X4	Pearson Correlation	.497*	.245	.646**	1	.436*	.670**
	Sig. (2-tailed)	.012	.237	.002		.029	<.001
	N	25	25	25	25	25	25
X5	Pearson Correlation	.186	.283	.394	.436*	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.373	.170	.170	.029		<.001
	N	25	25	25	25	25	25
Y	Pearson Correlation	.114	-.057	-.008	.670**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.586	.785		<.001	<.001	
	N	25	25	25	25	25	25

Dapat disimpulkan bahwa observasi pada rTabel menunjukkan nilai Sample (N) = 25 adalah 0,3961. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh produk yang dimulai dari variabel (X) dan terdiri dari X1 adalah rTabel. Dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel X

Reliability Statistics

<u>Cronbach's</u> Alpha	N of Items
.739	5

Variabel Y

Reliability Statistics

<u>Cronbach's</u> Alpha	N of Items
.739	5

Dari hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai diperoleh dari hasil variabel.

KESIMPULAN

Maka dapat disimpulkan kualitas layanan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan beras melati ligar terbukti memuaskan para konsumen dengan kualitas beras yang dijual memiliki nilai kualitas yang tinggi serta layanan yang baik. Hal ini dapat membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang baik dan beras yang ternilai berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. T. (2013). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DAN RESEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Semarang, 17 Mei 2013*, 1-65.
- Arfifahani, D. (2018). PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 3 Maret 2018*, 1-6.
- GRIFFIN. (2005). Loyalitas Konsumen. *Menurut Griffin (2005)* , 4-26.