

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Pelaksanaan Kualitas Produk di PT. Murakami Delloyd Indonesia

Berikut ini akan dideskripsikan mengenai kualitas produk yang dilaksanakan oleh pihak PT. Murakami Delloyd Indonesia yang terdiri dari elemen kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan.

##### 1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja kualitas kaca spion terbuat dari mika yang kualitas tinggi sehingga menampilkan desain yang *exclusive* pada kaca spionnya dan menggunakan *mirror* dengan ukuran sedang. Spesifikasi penampilan dari desain kaca spion nya yaitu didesain sesuai keinginan customer sehingga customer merasa puas.

##### 2. Fitur (*Features*)

Pelaksanaan aspek fitur di PT. Murakami Delloyd Indonesia dapat dilihat dari desain gambar produk PT. MDI yang mempunyai desain yang *exclusive*.

##### 3. Kehandalan (*Reliability*)

PT. Murakami Delloyd Indonesia mampu menekankan *quality control* untuk memastikan tidak ada barang yang rusak dan berkualitas tinggi, dan selalu memenuhi keinginan pelanggan dari mulai design, modifikasi dan kualitas yang *exclusive*, sehingga membuat pelanggan senang

#### 4. Kesesuaian (*Conformance*)

Produk PT. MDI sudah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan berdasarkan keinginan perusahaan (pelanggan), yaitu desain yang *exclusive* dan *uptodate*.

#### 5. Daya Tahan (*Durability*)

PT. MDI dalam pelaksanaan aspek daya tahan produknya sudah baik, kualitas kekokohan spion pada produk PT. MDI yang tergolong tahan lama.

#### 6. Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

PT. Murakami Delloyd Indonesia dalam pelaksanaan aspek kemampuan pelayanan meliputi kecepatan dalam penanganan keluhan sudah baik. PT. Murakami Delloyd Indonesia selalu menanggapi respon dengan serius tentang keluhan-keluhan yang pelanggan berikan pada PT. MDI dan secepat mungkin memperbaikinya sehingga tidak membuat pelanggan kecewa.

#### 7. Estetika (*Aesthetics*)

Guna menjaga estetika produknya, PT. MDI selalu menciptakan produk dengan desain yang *exclusive* dilihat dari *vibration analysis*, *structural analysis*, *resin flow analysis*.

#### 8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Dalam pelaksanaan aspek kualitas yang dipersepsikan, PT. MDI menawarkan produk-produk dengan harga yang terjangkau oleh perusahaan tetapi memiliki kualitas tinggi sehingga PT. MDI memiliki citra yang baik dimata konsumen.

Kondisi kualitas produk menunjukkan bahwa kualitas produk PT. MDI meliputi kualitas produksi kaca spion, keragaman produk kaca spion, kondisi produk, kesesuaian desain, daya tahan warna produk, penanganan keluhan, desain *exclusive*, dan citra perusahaan dalam kondisi yang cukup baik. Hal yang perlu mendapatkan perbaikan adalah aspek kehandalan. Seperti menurut **Gaspersz (2008, p.119)** kehandalan yaitu berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi pada suatu periode. Keadaan suatu produk menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi pelanggan dalam memilih produk. Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan, apabila produk yang bersangkutan dianggap tidak handal karena mengalami kerusakan atau gagal dipakai. Sedangkan pelaksanaan kehandalan di PT. Murakami Delloyd Indonesia belum sesuai dengan parameter diatas, masih ada beberapa produk yang dijual kekonsumen dalam keadaan cacat atau tidak dapat memenuhi fungsinya, namun biasanya perusahaan yang memesan produk PT. MDI terdapat produk yang cacat bisa direturn dan dikirimkan kembali produk yang baru.

## **4.2 Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan Kualitas Produk PT. Murakami Delloyd Indonesia**

### **4.2.1 Karakteristik Umum Responden**

Pada bagian ini dibahas hasil penelitian dari 30 orang pelanggan (karyawan/ staff dari perusahaan) yang berkerja sama dengan PT. Murakami Delloyd Indonesia mengenai karakteristik konsumen seperti jenis kelamin, usia,

berapa kali melakukan pembelian, dan berapa lama menjadi pelanggan PT. Murakami Delloyd Indonesia.

**Tabel 4.2.1.1**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis kelamin	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	24	24
2.	Perempuan	6	6
3.	Jumlah	30	30

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden sebagian besar terdiri dari pria yang berjumlah 24 orang atau sebesar 24% sedangkan wanita hanya berjumlah 6 orang atau sebesar 6%. Hal ini terjadi karena pria lebih mengerti/ memahami tentang produk yang akan diteliti.

**Tabel 4.2.1.2**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1.	20 – 25 Tahun	5	5
2.	25 – 30 Tahun	15	15
3.	> 30 Tahun	10	10
	Jumlah	30	30

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2015

Berdasarkan kategori usia, persentase terbesar adalah mereka yang berusia 25 – 30 tahun sebesar 15%. Dilihat dari segi usia, kebanyakan responden dari perusahaan (pelanggan PT. MDI) adalah yang berusia diatas 25, karena yang

sudah mengerti tentang produk kaca spion dari segi kualitas nya yaitu yang berada di tempat produksi dan atasan nya rata-rata berusia 25 – 30 tahun.

**Tabel 4.2.1.3**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Berapa Kali Perusahaan Melakukan Pembelian Pada PT. Murakami Delloyd Indonesia**

No.	Pembelian pada PT. MDI	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1.	Sistem Pembelian Kontrak	8	8
2.	Selamanya selama model kaca spion dibutuhkan masih ada	22	22
Jumlah		30	30

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pelanggan dalam penelitian ini, telah melakukan pembelian pada PT. MDI dengan sistem pembelian kontrak sebesar 8% dan menjadi pelanggan tetap selama stock produk kaca spion masih ada sebesar 22%. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian perusahaan yang melakukan pembelian pada PT. MDI lebih memilih menjadi pelanggan tetap.

**Tabel 4.2.1.4**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Pelanggan  
PT. Murakami Delloyd Indonesia**

No.	Pembelian pada PT. MDI	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1.	Sistem Pembelian Kontrak	8	8
2.	Selamanya selama model kaca spion dibutuhkan masih ada	22	22
	Jumlah	30	30

Sumber Primer Data Yang Diolah, 2015

Berdasar tabel diatas menunjukkan bahwa pelanggan dalam penelitian ini, telah menjadi pelanggan PT MDI dalam sistem kontrak habis sebesar 8% dan menjadi pelanggan selamanya selama stock produk kaca spion yang dibutuhkan masih ada sebesar 22%. Jadi perusahaan yang menjadi pelanggan pada PT. MDI lebih menggunakan sistem berlangganan selamanya selama stock masih ada. Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu loyalitas pelanggan.

#### **4.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk pada PT. MDI Menurut Pelanggan**

Analisis deskripsi variabel kualitas produk terdiri dari 8 item pernyataan dan variabel loyalitas pelanggan PT. MDI terdiri dari 4 item pernyataan. Selanjutnya analisis kualitatif yang menggunakan metode analisis deskriptif dengan cara membuat tabel distribusi frekuensi dari tiap-tiap tanggapan responden untuk mengetahui apakah perolehan nilai (skor) variabel penilaian masuk dalam kategori sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju, dan

ragu-ragu untuk itu dibuat pengklasifikasian yang mengacu pada ketentuan yang dikemukakan oleh Umar (1993 : 225) dimana rentang skor diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah klasifikasi}}$$

Dalam menggolongkan dari hasil tanggapan responden yang berupa variabel kualitas produk (bebas) dan loyalitas pelanggan (terikat) yang digunakan untuk mengetahui kategori responden tersebut, dengan langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan data terbesar dan terkecil

$$\text{Data terbesar} = 30 \times 5 \text{ (nilai tertinggi)} = 150$$

$$\text{Data terkecil} = 30 \times 1 \text{ (nilai terendah)} = 30$$

2. Menentukan jangkauan (R)

$$R = \text{data terbesar} - \text{data terkecil}$$

$$R = 150 - 30 = 120$$

3. Menentukan banyaknya kelas (K)

pada penelitian ini menggunakan skala *likert*, sehingga kelas yang digunakannya berdasarkan skala tersebut, terdiri dari 5 (lima) jawaban, sehingga dalam menentukan kelas juga akan mengikuti dari banyaknya jawaban dan dalam hal ini maka kelasnya menjadi 5 (lima)

4. Membuat panjang interval kelas (int)

$$\text{int} = \frac{r}{k} = \frac{120}{5} = 24$$

5. Membuat tabel klasifikasi

**Tabel 4.2.2.1**  
**Rentang Klasifikasi Variabel**

No.	Lebar interval	Kategori	
		Kualitas Produk	Loyalitas Pelanggan
1	30 – 54	Sangat tidak baik	Sangat tidak baik
2	55 – 79	Tidak baik	Tidak baik
3	80 – 104	Cukup	Cukup
4	105 – 129	Baik	Baik
5	130 – 150	Sangat baik	Sangat baik

Dalam variabel kualitas produk dioperasionalkan 8 aspek yaitu kinerja, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, kualitas yang dipresepsikan terdiri dari 8 pernyataan dan jawaban dari responden dari 30 responden atas kuisioner terhadap masing-masing tanggapan responden mengenai variabel kualitas produk dapat terlihat dalam tabel dibawah ini.

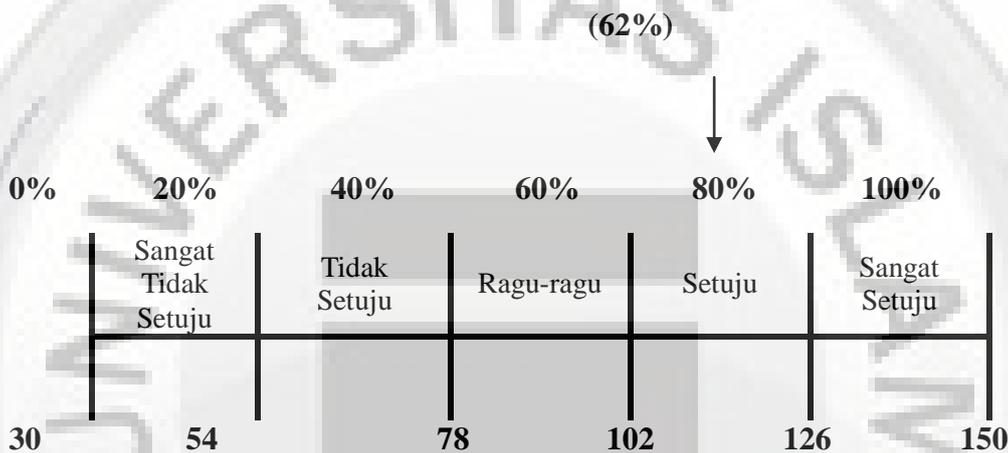
**Tabel 4.2.2.2**  
**Tanggapan responden mengenai**  
**Produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki kinerja**  
**dengan kualitas yang kokoh dan tahan lama**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	3	10	6
Ragu-ragu	3	13	43,30	39
Setuju	4	11	36,70	44
Sangat setuju	5	3	10	15
Jumlah		30	100	104

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{- Presentase skor} &= \frac{104-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{74}{120} \times 100\% = \mathbf{62\%}
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.1** Garis Kontinum Variabel

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia dalam segi hal kekokohan dan tahan lama sebanyak 16 orang (16%), hal ini dikarenakan adanya kecacatan dalam produk kaca spion mungkin jika kaca spion ada beberapa yang kualitasnya kurang bagus. Sedangkan 14 orang (14%) menyatakan setuju dan sangat setuju, hal ini dikarenakan PT. Murakami Delloyd Indonesia akan selalu berusaha menjadi lebih baik dalam meningkatkan kualitasnya. Hal ini tidak terlalu buruk karena hasil presentase antara sangat tidak setuju dan tidak setuju dengan setuju dan sangat setuju selisihnya hanya 2%, seperti yang dikatakan oleh **Gazpersz (2008, p.119)** mengatakan bahwa kinerja

beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan bisnis yang pada dasarnya bersifat umum (universal). Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan juga merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2.2.2 presentase skor untuk pernyataan produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah 62% dan pada garis kontinum menunjukan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki kinerja dengan kualitas yang kokoh dan tahan lama adalah **baik**.

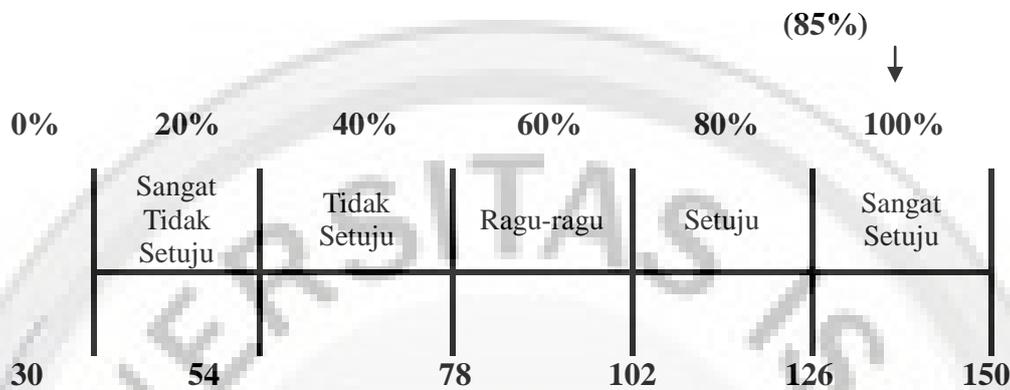
**Tabel 4.2.2.3**  
**Tanggapan responden mengenai**  
**Produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki keistimewaan**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	1	3,30	2
Ragu-ragu	3	1	3,30	3
Setuju	4	13	43,40	52
Sangat setuju	5	15	50	75
Jumlah		30	100	132

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{132-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{102}{120} \times 100\% = \mathbf{85\%}
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.2** Garis Kontinum Variabel

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia mempunyai keistimewaan tersendiri dalam desainnya sebanyak 28 orang (28%), hal ini dikarenakan pelanggan sudah merasa bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki keistimewaan. kemudian 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pelanggan merasa produk kaca spion PT. MDI tidak memiliki keistimewaan dari hal desain atau sama aja dengan produk kaca spion yang diproduksi oleh perusahaan lain. Hal ini dinilai sudah baik karena sesuai dengan menurut **Gaspersz (2008, p.119)** biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (pelanggan bisnis) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas produk atau jasa. Hal ini juga menuntut karakter yang fleksibel, disesuaikan dengan perkembangan pasar. Aspek

ini berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2.2.3 presentase skor untuk pernyataan produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah 85% dan pada garis kontinum menunjukan tepat berada dikategori sangat setuju, artinya bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki keistimewaan adalah **sangat baik**.

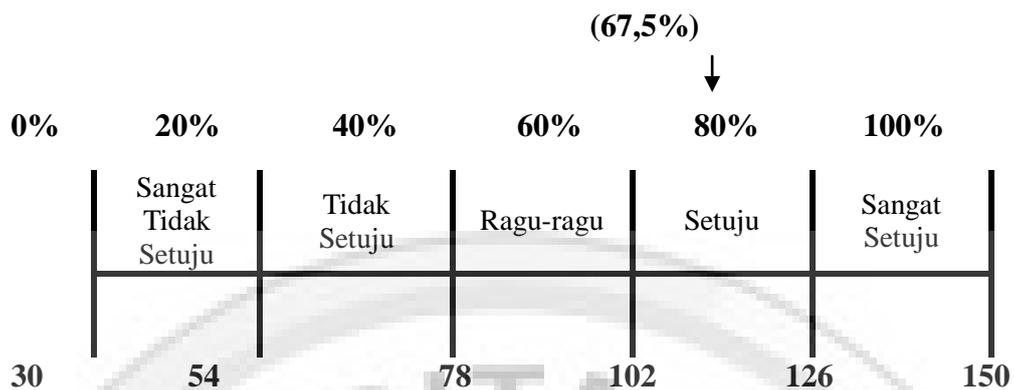
**Tabel 4.2.2.4**  
**Tanggapan responden mengenai**  
**Produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia mempunyai kerusakan rendah**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	1	3,30	2
Ragu-ragu	3	12	40	36
Setuju	4	12	40	48
Sangat setuju	5	5	6,70	25
Jumlah		30	100	111

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{111-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{81}{120} \times 100\% = \mathbf{67,5\%}
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju dan sangat setuju produk kaca spion PT. MDI mempunyai kerusakan yang rendah sebanyak 17 orang (17%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa bahwa produk kaca spion PT. MDI bermutu tinggi dan tidak mudah rusak. Kemudian 13 orang (13%) menyatakan ragu-ragu dan tidak setuju, hal ini dikarenakan sebagian pelanggan dari perusahaan tertentu menerima produk cacat/produk rusak pada saat produk sampai diperusahaan(pelanggan). Hal ini dirasa belum cukup baik karena belum sesuai dengan menurut **Gaspersz (2008, p.119)** kehandalan yaitu berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi pada suatu periode. Keadaan suatu produk menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan, apabila produk yang bersangkutan dianggap tidak handal karena mengalami kerusakan atau gagal dipakai. Sedangkan pelaksanaan kehandalan di PT. Murakami Delloyd Indonesia belum sesuai dengan parameter diatas, masih sering

ditemukan produk PT. MDI yang dijual kekonsumen dalam keadaan rusak dan tidak memenuhi fungsinya.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2.2.4 presentase skor untuk pernyataan produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah 67,5% dan pada garis kontinum menunjukan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia mempunyai kerusakan rendah adalah **baik**.

Tabel 4.2.2.5

**Tanggapan responden mengenai**

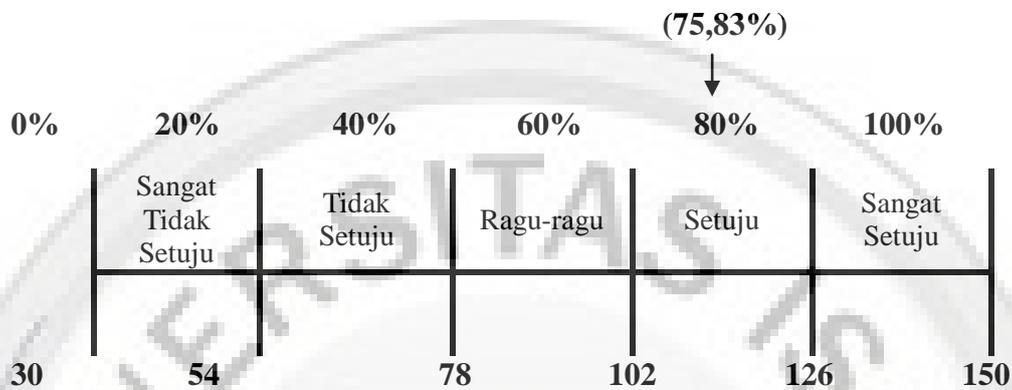
**Desain produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	1	3,30	2
Ragu-ragu	3	5	16,70	15
Setuju	4	16	53,30	64
Sangat setuju	5	8	26,70	40
Jumlah		30	100	121

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{121-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{91}{120} \times 100\% = \mathbf{75,83\%}
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.4** Garis Kontinum variabel

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan sebanyak 24 orang (24%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa bahwa desain kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia terlihat mewah dan desainnya *uptodate*. Kemudian 6 orang (6%) menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu sebab pelanggan merasa desain kaca spion PT. MDI terlihat biasa saja dan kurang *uptodate*. Hal ini dinilai sudah baik karena sesuai dengan menurut **Gaspersz (2008, p.119)** kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi, waktu penyelesaian, perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan lain. Hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan perusahaan (pelanggan).

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2.2.5 presentase skor untuk pernyataan desain produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah 75,83% dan pada garis kontinum menunjukkan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan adalah **baik**.

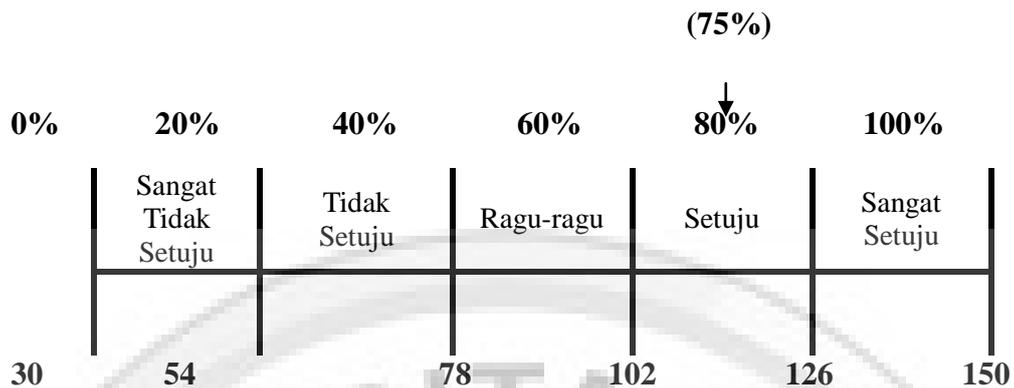
**Tabel 4.2.2.6**  
**Tanggapan responden mengenai**  
**Produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah produk daya tahan lama**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	1	3,30	1
Tidak setuju	2	3	10	6
Ragu-ragu	3	3	10	9
Setuju	4	11	36,70	44
Sangat setuju	5	12	40	60
Jumlah		30	100	120

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{120-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{90}{120} \times 100\% = \mathbf{75\%}
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.5** Garis Kontinum Variabel

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia tahan lama sebanyak 23 orang (23%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa bahwa warna cat kaca spion dari PT. MDI tidak mudah memudar. Kemudian 7 orang (7%) menyatakan sangat tidak setuju, tidak setuju dan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pemasangan mika pada kaca spion tidak benar pada saat *packaging* untuk pengiriman ke pelanggan (perusahaan) terdapat timbul kerusakan pada mikanya bisa retak atau belah. Hal ini dinilai sudah baik karena sudah sesuai dengan menurut Gaspersz (2008, p.119) daya tahan yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur pakai produk jadi maupun umur ekonomis produk saat disimpan, penggunaan suatu produk atau sering dikatakan dengan suatu refleksi ukuran ekonomis, berapa daya tahan atau masa pakai suatu barang.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2.2.6 presentase skor untuk pernyataan produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah 75% dan

pada garis kontinum menunjukkan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki produk yang tahan lama adalah **baik**.

**Tabel 4.2.2.7**

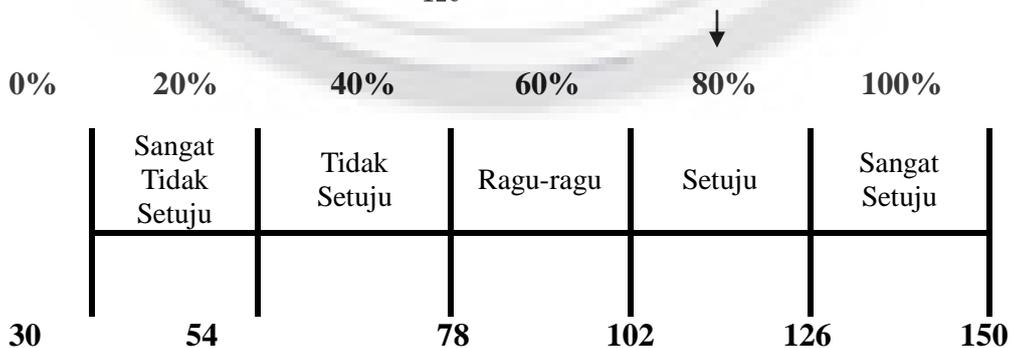
**Tanggapan responden mengenai  
PT. Murakami Delloyd Indonesia memberikan pelayanan baik**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	1	3,30	2
Ragu-ragu	3	11	36,70	33
Setuju	4	12	40	48
Sangat setuju	5	6	20	30
Jumlah		30	100	113

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned} \text{Presentase skor} &= \frac{113-30}{150-30} \times 100\% \\ &= \frac{83}{120} \times 100\% = 69,2\% (69,2\%) \end{aligned}$$



**Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia memberikan pelayanan yang baik sebanyak 18 orang (18%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan PT. MDI yang ramah dan cepat. Kemudian 12 orang (12%) menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pelanggan merasa kurang dilayani ketika mendapat produk yang rusak atau cacat. Hal ini dinilai cukup baik karena sesuai dengan menurut **Gaspersz (2008, p.119)** kemampuan pelayanan meliputi kesepatan, kompetensi, kenyamanan, dan kemudahan produk untuk dioperasikan serta penanganan keluhan yang memuaskan.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2.2.7 presentase skor untuk pernyataan produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah 69,2% dan pada garis kontinum menunjukan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa PT. Murakami Delloyd Indonesia memberikan pelayanan yang baik adalah **baik**.

**Tabel 4.2.2.8**

**Tanggapan responden mengenai**

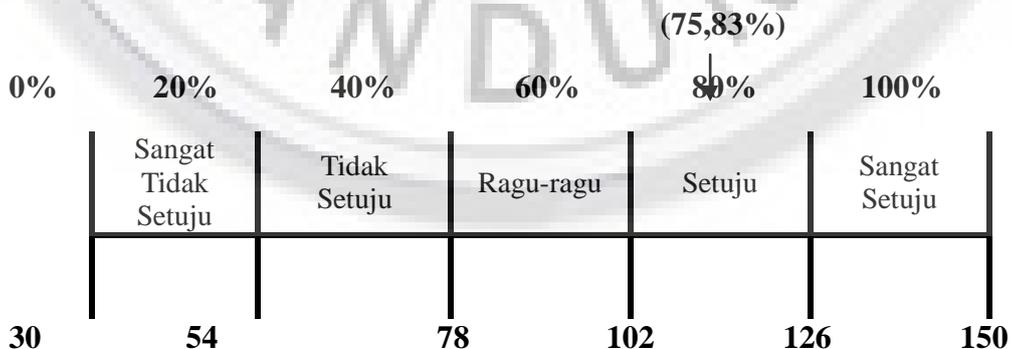
**Produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki desain yang *exclusive* dan *uptodate***

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0
Ragu-ragu	3	10	33,30	30
Setuju	4	9	30	36
Sangat setuju	5	11	36,70	55
Jumlah		30	100	121

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{121-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{91}{120} \times 100\% = 75,83\%
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia mempunyai desain yang *exclusive* dan *uptodate* sebanyak 20 orang (20%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa desain kaca spion produk PT. MDI terlihat mewah ketika dipandang oleh mata. Kemudian 10 orang (10%) menyatakan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pelanggan merasa desain kaca spion produk PT. MDI terlihat biasa saja hanya *uptodate*. Hal ini dinilai baik karena sudah sesuai dengan menurut **Gaspersz (2008, p.119)** estetika yaitu dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dapat dilihat melalui panca indera manusia, seperti suatu produk yang terdengar oleh pelanggan bisnis, bentuk fisik suatu produk yang menarik, model/desain yang artistik, warna dan sebagainya.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2.2.8 presentase skor untuk pernyataan produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah 75,83% dan pada garis kontinum menunjukkan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki desain yang *exclusive* dan *uptodate* adalah **baik**.

**Tabel 4.2.2.9**

**Tanggapan responden mengenai**

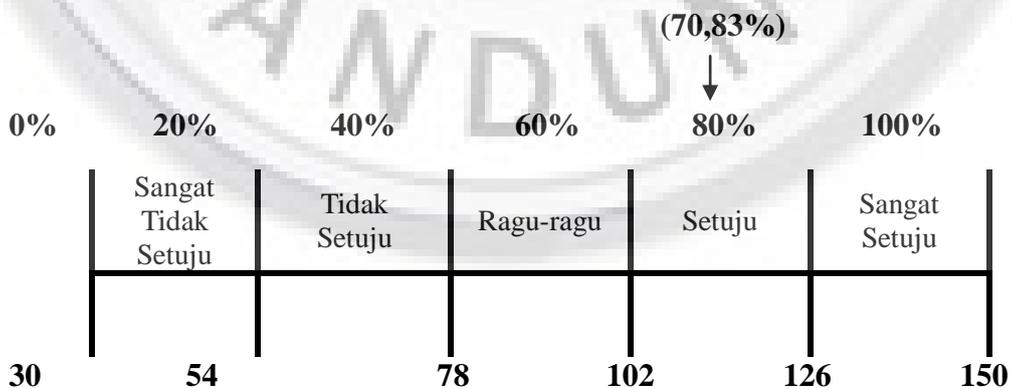
**PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki citra yang baik**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	2	6,70	4
Ragu-ragu	3	8	26,70	24
Setuju	4	13	43,30	52
Sangat setuju	5	7	23,30	35
Jumlah		30	100	115

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{115-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{85}{120} \times 100\% = 70,83\%
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa PT. MDI mempunyai citra yang baik sebanyak 20 orang (20%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa produk PT. MDI menawarkan produk dengan harga terjangkau namun memiliki mutu yang tinggi. Kemudian 10 orang (10%) menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pelanggan merasa PT. MDI terkesan murahan. Hal ini dinilai baik karena sesuai dengan menurut **Gaspersz (2008, p.119)** kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan konsumen akan atribut-atribut produk dan jasa yang akan dibelinya, maka pembeli mempersiapkan kualitas dari aspek harga, nama merek, iklan dan reputasi perusahaan.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.2.2.9 presentase skor untuk pernyataan produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah 70,83% dan pada garis kontinum menunjukan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa PT. Murakami Delloyd Indonesia memiliki citra yang baik adalah **baik**.

#### **4.3 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan Produk Kaca Spion PT. Murakami Delloyd Indonesia**

Dalam variabel loyalitas pelanggan terdiri dari 4 item pernyataan dan jawaban dari 30 responden atas kuesioner terhadap masing-masing tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian dapat terlihat dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 4.3.1**

**Tanggapan responden mengenai**

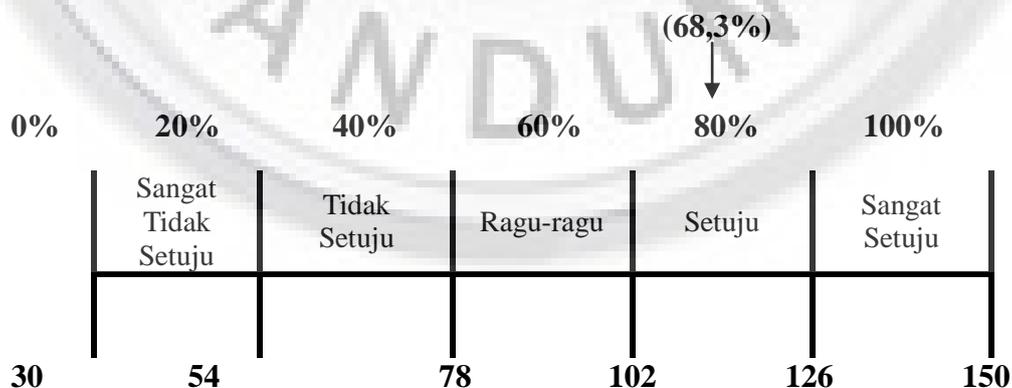
**Perusahaan akan membeli produk kaca spion PT. MDI secara berulang**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	3	10	6
Ragu-ragu	3	9	30	27
Setuju	4	11	36,70	44
Sangat setuju	5	7	23,30	35
Jumlah		30	100	112

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{112-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{82}{120} \times 100\% = 68,3\%
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.9 Garis Kontinum Responden**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa ada akan membeli produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia secara berulang sebanyak 18 orang (18%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa puas dengan kualitas produk PT. MDI. Kemudian 12 orang (12%) menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pelanggan tidak merasa puas dengan kualitas produk PT. MDI. Pelanggan PT. MDI dirasa sudah cukup loyal karena menurut **Griffin (2005:31)** karakteristik pelanggan yang loyal adalah melakukan pembelian berulang.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.3.1 presentase skor adalah 68,3% dan pada garis kontinum menunjukkan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa perusahaan akan membeli produk kaca spion pada PT. Murakami Delloyd Indonesia secara berulang adalah **baik**.

**Tabel 4.3.2**

**Tanggapan responden mengenai**

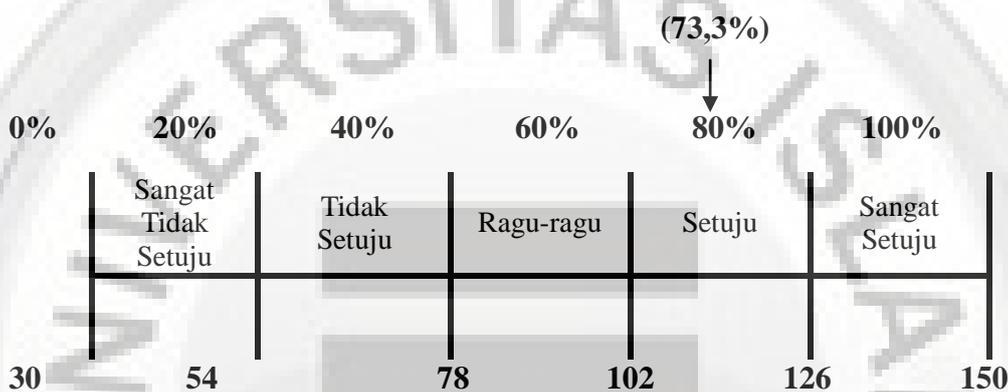
**Perusahaan akan melakukan pembelian produk kaca spion pada PT. MDI jika perusahaan mengeluarkan produk baru**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	0	0	0
Ragu-ragu	3	10	33,30%	30
Setuju	4	12	40%	48
Sangat setuju	5	8	26,70%	40
Jumlah		30	100%	118

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{118-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{88}{120} \times 100\% = 73,3\%
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.10** Garis Kontinum Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa anda melakukan pembelian produk kaca spion PT. MDI jika perusahaan mengeluarkan produk baru sebanyak 20 orang (20%), hal ini dikarenakan pelanggan sangat tertarik dan puas dengan desain yang diberikan PT. MDI pada pelanggan. Kemudian 10 orang (10%) menyatakan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pelanggan hanya tertarik dengan satu desain kaca spion untuk 1 merek mobil saja. Pelanggan PT. MDI dirasa sudah cukup loyal karena menurut **Griffin (2005:31)** karakteristik pelanggan yang loyal adalah melakukan pembelian antar lini produk atau jasa.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.3.2 presentase skor adalah 73,3% dan pada garis kontinum menunjukkan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa perusahaan akan melakukan pembelian produk kaca spion pada PT. Murakami Delloyd Indonesia jika perusahaan akan mengeluarkan model mobil terbaru adalah **baik**.

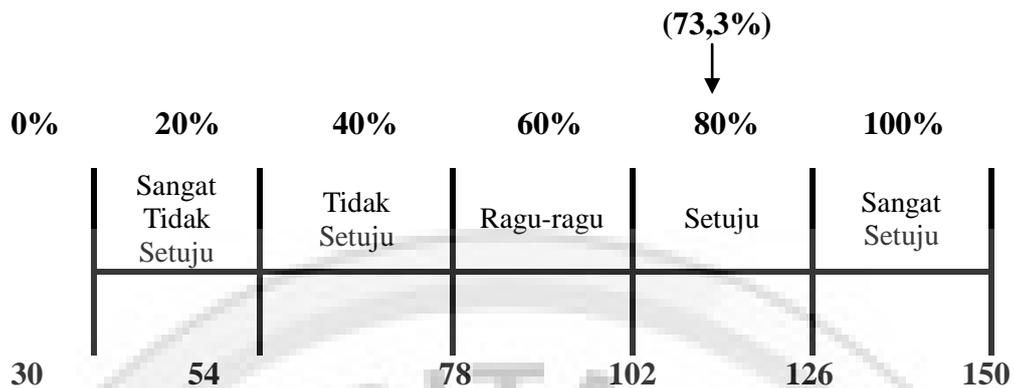
**Tabel 4.3.3**  
**Tanggapan responden mengenai**  
**Perusahaan tidak tertarik dengan produk kaca spion dari perusahaan lain selain**  
**PT. Murakami Delloyd Indonesia**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	0	0	0
Tidak setuju	2	1	3,30	2
Ragu-ragu	3	8	26,70	24
Setuju	4	13	43,30	52
Sangat setuju	5	8	26,70	40
Jumlah		30	100	118

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{118-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{88}{120} \times 100\% = \mathbf{73,3\%}
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.11** Garis Kontinum Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa anda tidak tertarik dengan produk kaca spion dari perusahaan lain selain PT. Murakami Delloyd Indonesia sebanyak 21 orang (21%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa PT. MDI memiliki kualitas yang lebih baik dari perusahaan lain. Kemudian 9 orang (9%) menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pelanggan merasa produk perusahaan lain lebih baik dari produk PT. MDI. Pelanggan PT. MDI dirasa sudah cukup loyal karena menurut **Griffin (2005:31)** karakteristik pelanggan yang loyal adalah menunjukkan kekebalan terhadap tarikkan dari pesaing.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.3.3 presentase skor adalah 73,3% dan pada garis kontinum menunjukkan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa perusahaan tidak tertarik dengan produk kaca spion dari perusahaan lain selain PT. Murakami Delloyd Indonesia adalah **baik**.

**Tabel 4.3.4**

**Tanggapan responden mengenai**

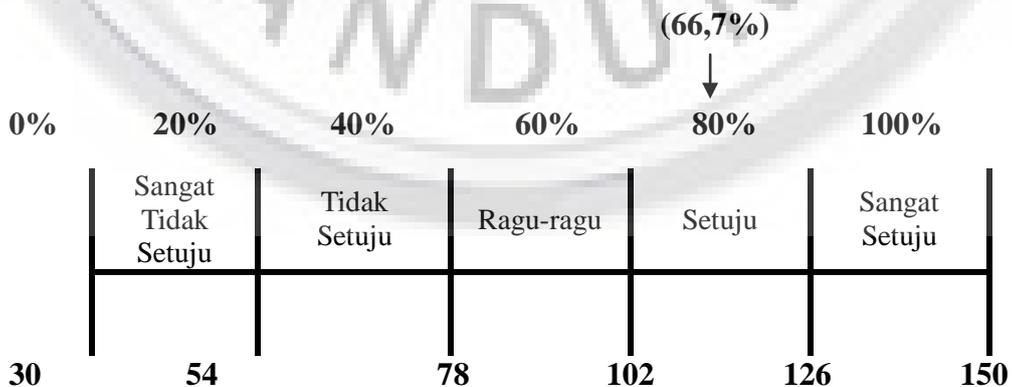
**Perusahaan selalu menyarankan produk kaca spion PT. MDI kepada perusahaan lain**

Pernyataan	Skor	Jumlah	Presentase (%)	pembobotan
Sangat tidak setuju	1	3	10	3
Tidak setuju	2	2	6,70	4
Ragu-ragu	3	7	23,30	21
Setuju	4	8	26,70	32
Sangat setuju	5	10	33,30	50
Jumlah		30	100	110

Sumber : Data Primer Yang Telah Diolah, 2015

Selanjutnya penulis mengkategorikan jawaban responden tersebut kedalam presentase dan menyajikan kedalam garis kontinum dengan rumus pengukuran ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned}
 \text{Presentase skor} &= \frac{110-30}{150-30} \times 100\% \\
 &= \frac{80}{120} \times 100\% = 66,7\%
 \end{aligned}$$



**Gambar 4.12 Garis Kontinum Responden**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa anda selalu menyarankan produk kaca spion PT. MDI kepada perusahaan lain sebanyak 18 orang (18%), hal ini dikarenakan pelanggan merasa produk PT. MDI selalu mengeluarkan desain yang mewah / *exclusive* dan *uptodate* sehingga patut untuk di *recommend* kepada perusahaan lain. Kemudian sebagian responden menyatakan 12 orang (12%) tidak setuju, sangat tidak setuju, dan ragu-ragu, hal ini dikarenakan pelanggan merasa kualitas produk PT. MDI belum memenuhi sebagian harapan perusahaan (pelanggan). Dalam hal ini pelanggan dinilai cukup loyal karena sesuai menurut **Griffin (2005:31)** karakteristik pelanggan yang loyal adalah mereferensikan kepada orang lain.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.3.4 presentase skor adalah 66,7% dan pada garis kontinum menunjukkan tepat berada dikategori setuju, artinya bahwa perusahaan selalu menyarankan produk kaca spion PT. Murakami Delloyd Indonesia kepada perusahaan lain adalah **baik**.

#### **4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT.Murakami Delloyd Indonesia**

Pengaruh kualitas produk dengan loyalitas pelanggan di PT. Murakami Delloyd Indonesia pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.4.1**

**Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.211 <sup>a</sup>	.044	.010	.940

a. Predictors: (Constant), kualitas

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, didapat koefisien korelasi kualitas produk (X) dengan loyalitas pelanggan (Y) sebesar  $r=0,211$ , ini berarti terdapat hubungan yang kuat antara kualitas produk (X) dengan loyalitas pelanggan (Y). Karena koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan koefisien yang dipergunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas produk terhadap perubahan variabel loyalitas pelanggan. Sehingga hasil  $Rsquare=0,044$  berarti variabel loyalitas pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X) sebesar 44 %. Sedangkan sisanya 56% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteiliti. Hasil koefisien determinasi tersebut termasuk pada kriteria kuat (Sugiono,2010)

Kontribusi kualitas produk (X) dengan loyalitas pelanggan (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.4.2**  
**Koefisien Regresi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.890	.758		3.814	.001
kualitas	.243	.213	.211	1.142	.263

a. Dependent Variable: loyalitas

$$Y = 2,890 + 0,243 * X$$

Untuk itu, dari hasil perhitungan tersebut maka dapat diinterpretasikan adalah sebagai berikut :

a = 2,890 (Koefisien Y) yang artinya jika perusahaan memperhatikan kualitas dan membuat kualitas lebih baik lagi maka perusahaan tidak akan merugi.

b = 0,243 (Koefisien X) yang artinya jika perusahaan meningkatkan kualitas sebanyak 10 X lipat maka loyalitas pelanggan meningkat. Untuk itu kualitas penting dalam pembuatan kaca spion karena pelanggan biasanya memperhatikan kualitas produk setelah membeli, dan selanjutnya memutuskan apakah akan menjadi pelanggan yang loyal atau tidak

## 4.5 Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Pengujian Secara Signifikasi Parameter Individual (Uji t)

T hitung = 1,142

Ttabel (n-1-1) dengan  $\alpha = 5\%$

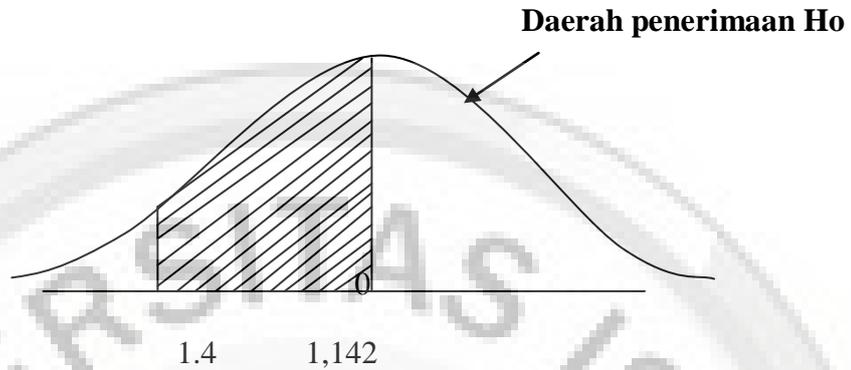
= 30-1-1  $\alpha = 5\% = 1,4$

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang akan diuji dan dibuktikan kebenarannya. Untuk mengetahui hipotesis maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- $H_0$  :  $\beta_0 = 0$ , variabel bebas (kualitas produk) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).
- $H_1$  :  $\beta_1 \neq 0$ , variabel bebas (kualitas produk) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan)

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005 : 85) : Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel, apabila t tabel > t hitung, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak dan apabila t tabel < t hitung maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, apabila angka probabilitas signifikansi > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak dan apabila angka probabilitas signifikansi < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

**Gambar 4.5.2.1**  
**Grafik Distribusi t**



Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{\text{tabel}} = 1,4 > t_{\text{hitung}} = 1,142$  yang berarti  $H_0$  ditolak, ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Maka hipotesis **“Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Murakami Delloyd Indonesia”** dapat diterima dan signifikan.