



**HUBUNGAN KELANCARAN PENDISTRIBUSIAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
PT. PUTRA ALI SENTOSA (PAS)
PONDOK BATU KABUPATEN TAPANULI TENGAH**

Mirco^a, Mansur Tanjung^b, Yusi Tri Utari Panggabean^c

^{a,b,c}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Al-Washliyah Sibolga

Mircosibolga@gmail.com^a, tanjungmansur@yahoo.co.id^b, yusitriutari@gmail.com^c

ABSTRACT

The success of a company is determined by its marketing success, meaning that every company, before distributing its products, first thinks about access to marketing so that it can be distributed smoothly, because if this is not the case, it will certainly face difficulties when the products are marketed/distributed. This study aims to determine whether there is a smooth relationship between product distribution and consumer loyalty at PT. Putra Ali Sentosa (PAS) Pondok Batu, Central Tapanuli Regency. This research was conducted at PT. Putra Ali Sentosa Pondok Batu, Central Tapanuli Regency, whose address is Jalan Gatot Subroto Pondok Batu, Central Tapanuli Regency. The research was conducted from April 2022 to September 2022.

The type of research used in this study is a type of quantitative descriptive research. For this research the population is 160 people. The population is taken from all permanent consumers in Sibolga City and Central Tapanuli Regency. Based on the Slovin formula above, the amount of the research sample is 61 people.

From the calculation of the research instrument, the results obtained between the variables X and Y for each item are declared valid and reliable because the total corrected item value is greater than the critical r value (0.30). And the Cronbach Alpha value is above 0.60. From the normality test, all of them show that the distribution of the data does not violate the normality assumption, namely the histogram diagram is in the shape of a bell and the data distribution is close to the diagonal line in the normal curve of the P-P Plot. There is a positive relationship between smooth distribution and consumer loyalty which can be proven by calculating the correlation coefficient with a strong correlation of = 0.764. From the calculation of the equation of the linear regression line, variable X and variable Y are: $Y = 11.577 + 0.810 X$. This means that the effect of the dependent variable (consumer loyalty) is determined by the independent variable (smoothness of distribution) with a regression coefficient of 0.810. From the calculation of the coefficient of determination, a figure of 58.4% is obtained, and the remaining 41.6% is determined by other variables not discussed in this study, such as product quality, service quality, product price and other variables. From the hypothesis testing carried out and by comparing the calculated t value with the t table value, it is found that the calculated t value is greater than t table ($9.102 > 2.001$) this means that the hypothesis accepted is the alternative hypothesis (H_a)

Keywords: product distribution and consumer loyalty

ABSTRAK

Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya, artinya setiap perusahaan sebelum mendistribusikan produknya terlebih dahulu memikirkan tentang akses pemasaran agar lancar dalam pendistribusiannya, karena kalau tidak demikian maka tentu akan mendapat kesulitan ketika hasil produksi akan dipasarkan/distribusikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada/tidaknya hubungan kelancaran pendistribusian produk terhadap loyalitas konsumen pada PT. Putra Ali Sentosa (PAS) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah. Penelitian ini dilakukan pada PT. Putra Ali

Sentosa Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah, yang beralamat di Jalan Gatot Subroto Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah. Penelitian dilakukan pada bulan April 2022 sampai bulan September 2022.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Untuk penelitian ini populasi berjumlah 160 orang. Populasi diambil dari seluruh konsumen tetap yang ada di Kota Sibolga dan Kabupaten Tapanuli Tengah. Berdasarkan Rumus Slovin di atas, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian sebanyak 61 orang.

Dari perhitungan instrument penelitian, diperoleh hasil antara variabel X dan Y setiap butirnya dinyatakan valid dan reliable karena nilai *Corrected item total* lebih besar dari nilai r kritis (0,30). Dan nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,60. Dari uji normalitas, seluruhnya menunjukkan bahwa distribusi data tidak menyalahi asumsi normalitas yaitu diagram histogram berbentuk lonceng dan sebaran data dekat dengan garis diagonal dalam kurva normal P-P Plot. Terdapat hubungan positif antara kelancaran pendistribusian dengan loyalitas konsumen yang dapat dibuktikan melalui perhitungan koefisien korelasi dengan hasil korelasi kuat sebesar $= 0,764$. Dari perhitungan persamaan garis regresi linier variabel X dan variabel Y adalah : $Y = 11,577 + 0,810 X$. hal ini berarti bahwa terjadi pengaruh variabel terikat (loyalitas konsumen) ditentukan oleh variabel bebas (kelancaran pendistribusian) dengan koefisien regresi sebesar 0,810. Dari perhitungan koefisien determinasi diperoleh angka sebesar 58,4 %, dan sisanya sebesar 41,6 % ditentukan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk dan lainnya. Dari uji hipotesis yang dilakukan dan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel didapat bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($9,102 > 2,001$) ini berarti bahwa hipotesis yang diterima adalah hipotesis alternative (H_a)

Kata Kunci : Pendistribusian produk dan loyalitas konsumen

1. PENDAHULUAN

Dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan, oleh karena itu peranan pemasaran semakin penting dan merupakan ujung tombak setiap perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya, artinya setiap perusahaan sebelum mendistribusikan produknya terlebih dahulu memikirkan tentang akses pemasaran agar lancar dalam pendistribusiannya, karena kalau tidak demikian maka tentu akan mendapat kesulitan ketika hasil produksi akan dipasarkan/distribusikan. Untuk itu perusahaan harus memperhatikan kelancaran pendistribusian produknya. Dengan lancarnya pendistribusian produk dengan cara memenuhi semua fasilitas sehingga terciptanya peningkatan minat beli dan kepuasan konsumen yang akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Pemasaran memegang peranan penting dalam menjaga alur pendistribusian produk dari produsen ke konsumen, terlebih lagi bila produk yang disalurkan mudah busuk/rusak sehingga waktu pendistribusian harus tepat dan sesuai dengan kualitas produk, sehingga kelancaran pendistribusian menjadi salah satu faktor penentu kepuasan konsumen. Dengan adanya kelancaran pendistribusian yang tepat waktu dan kualitas produk tetap terjaga dengan baik, konsumen akan puas.

Loyalitas konsumen merupakan fenomena nyata yang terus-menerus diupayakan setiap perusahaan untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya. Loyalitas konsumen adalah keadaan yang menunjukkan kesetiaan seorang pada suatu objek tertentu. Objek tersebut dapat berupa merek, produk, atau toko. Loyalitas konsumen merupakan salah satu variabel yang sangat penting bagi kesuksesan sebuah perusahaan, karena loyalitas konsumen akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, termasuk di dalamnya perulangan pembelian dan rekomendasi mengenai merek tersebut kepada konsumen lain. Hal inilah yang mendasari antusiasme dunia bisnis yang begitu besar terhadap aspek loyalitas konsumen. Kemudian, berdasarkan pengamatan sementara yang penulis lakukan pada PT. Putra Ali Sentosa (PAS) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah., masih ditemukannya keterlambatan pendistribusian produk yang dapat dilihat masih terjadinya penumpukan produk dalam gudang produksi akhir yang akan di distribusikan dan hal tersebut disinyalir dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kemudian, adapun alasan penulis memilih PT. Putra Ali Sentosa (PAS) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah sebagai lokasi penelitian, karena perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan produk perikanan

dan melakukan pendistribusian produk yang ikut merasakan persaingan, sehingga dibutuhkan strategi yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen melalui kelancaran pendistribusian produk..

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pendistribusian

Kelancaran adalah tidak tersendat sendat, kelancaran terjadi ketika seseorang atau kelompok akan mencapai tujuan. Kelancaran ini bersifat positif, karena sebagai suatu pemacu untuk mencapai tujuan yang dicapai. Pendistribusian adalah salah satu aspek dari pemasaran. Pendistribusian juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Menurut **Gregorius (2012:82)** pendistribusian merupakan “Pergerakan atau perpindahan barang atau jasa dari sumber sampai ke pengguna, melalui saluran distribusi dan gerakan pembayaran dalam arah yang berlawanan, sampai ke produsen asli atau pemosok”. Sedangkan menurut **Wuryanto (2014:115)** distribusi dapat diartikan sebagai “Kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan”.

Fungsi dan Tujuan Pendistribusian

Lebih lanjut, tujuan pendistribusian menurut **Adisaputro (2013:78)** adalah “Menjaga stabilitas harga barang dan jasa, artinya, melalui proses pendistribusian melalui distributor maka harga produk di pasaran akan stabil. Kestabilan harga mengikuti kondisi sesuai dengan permintaan pasar”. Berdasarkan pendapat diatas, dapat dipahami bahwa untuk menyampaikan barang-barang dari produsen ke konsumen kegiatan distribusi sangat penting. Tanpa adanya distribusi, barang-barang yang dihasilkan tidak akan sampai ke onsumen.

Jenis dan Golongan dalam Kegiatan Kelancaran Pendistribusian

Faktor waktu memegang peranan yang penting dalam penyampaian produk dari produsen kepada konsumen. Kegunaan barang akan maksimal jika barang yang dibutuhkan dapat diperoleh pada saat diperlukan. Sebaliknya distribusi yang tidak tepat waktunya akan menimbulkan kerugian bagi produsen atau konsumen, yaitu produsen kehilangan keuntungan dan konsumen kepuasannya berkurang. Dari pendapat diatas dapat diketahui antara pedagang perantara dan agen perantara perbedaannya terletak pada aspek kepemilikan serta proses negosiasi dalam pemindahan produk yang disalurkan

Loyalitas Konsumen

Pengertian Loyalitas Konsumen

Loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Menurut **Huriyati (2012:5)** mengungkapkan definisi loyalitas konsumen sebagai “Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi usaha pemasaran mempunyai potensi menjadikan perubahan perilaku”. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen**

Tujuan dan Manfaat Loyalitas Konsumen

Konsumen akan selalu mengalami dinamika seiring lingkungan bisnis yang terus mengalami perubahan, oleh karena itu perusahaan harus mampu mengikuti gerak perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pengukuran kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Dari beberapa teori di atas dan membandingkan kondisi lapangan maka penelitian ini akan menggunakan teori menurut **Kartajaya (2012:59)** sebagai indikator dalam penelitian ini, dikarenakan unsur-unsur yang terkandung dalam setiap indikator ini dianggap mampu mempengaruhi loyalitas konsumen pada PT. Putra Ali Sentosa (PAS) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah

Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung keaslian penelitian ini, maka dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, dapat dilihat pada table 2.1 berikut ini :

Hubungan Kelancaran Pedistribusian Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Putra Ali Sentosa (Pas) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah (Mirco)

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

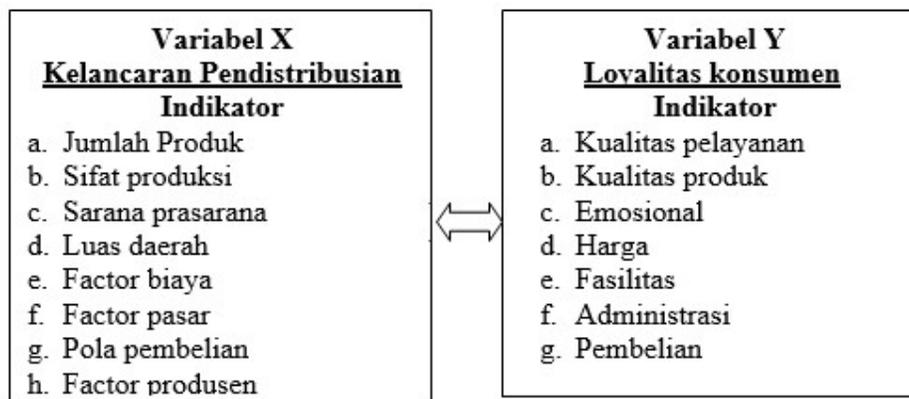
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Budi Prasetyo (2017)	Hubungan saluran distribusi dengan kepuasan konsumen produk perikanan pada UD. Jaya Rembang. .	Secara parsial saluran distribusi memiliki hubungan kuat terhadap kepuasan konsumen, Hasil penelitian menunjukkan memiliki hubungan sebesar 0,72
Ari Herlambang (2017)	Hubungan kelncaran proses pendistribusian produk dengan kepuasan konsumen pada UD. Berkarya..	Secara parsial proses pendistribusian memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen sebesar 0,78.

Kerangka Pikir Penelitian

Pendistribusian merupakan kegiatan menyalurkan barang-barang dari produsen ke konsumen dan membantu memperlancar pemasaran, sehingga barang-barang yang dihasilkan produsen dapat segera terjual kepada konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen merupakan kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk dan mempunyai komitmen pada produk serta bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang karena memiliki pengalaman yang baik terhadap produk. Sehubungan dengan uraian di atas, apabila dikaitkan dengan judul penelitian tentang hubungan kelancaran pendistribusian dengan loyalitas konsumen dapat disimpulkan memiliki hubungan yang positif. Hal tersebut dapat diketahui apabila kegiatan pendistribusian yang dilakukan produsen berjalan dengan baik dan lancar sehingga konsumen dapat dengan mudah memperoleh produk yang diinginkannya, hal tersebut dapat menimbulkan perasaan senang yang dapat menimbulkan sikap loyal terhadap produk.

Untuk lebih jelasnya, hubungan kelancaran pendistribusian dengan loyalitas konsumen, maka dapatlah disimpulkan suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagaimana yang disajikan dalam gambar 2.1 :

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Penelitian



Sumber : Wuryanto (2014:115) dan Gregorius (2012:82)

Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang di uji kebenarannya secara empiris. Sebagaimana pedoman dalam penulisan ini, terlebih dahulu dirumuskan hipotesis yang akan diuji kebenarannya sehubungan dengan keadaan yang dihadapi dilapangan. Menurut **Nyoman Dantes (2012:28)** hipotesis adalah “Pernyataan yang sederhana mengenai harapan peneliti akan hubungan antara variabel-variabel dalam suatu masalah”.

Dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis yang dikemukakan nantinya bukanlah suatu jawaban yang benar secara mutlak, akan tetapi perlu diuji kebenarannya secara empiris”

Suatu hipotesis yang dikemukakan nantinya bukanlah suatu jawaban yang benar secara mutlak, akan tetapi perlu diuji kebenarannya secara empiris. Berkaitan dengan penulisan usulan penelitian skripsi ini. Adapun hipotesis yang penulis ajukan pada usulan penelitian skripsi ini adalah : **Ada hubungan kelancaran pendistribusian produk terhadap loyalitas konsumen pada PT. Putra Ali Sentosa (PAS) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah.**

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif, karena metode penelitian ini mempunyai tujuan memperoleh informasi dengan membuat gambaran atau diskripsi tentang apa yang ada atau sedang terjadi. Menurut **Nyoman Dantes (2012:29)** bahwa “Kegiatan penelitian diskriptif melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan status atau kondisi objek yang diteliti pada saat dilakukan penelitian”. Penelitian diskriptif mendiskripsikan dan menginterpretasikan apa yang ada (bisa mengenai kondisi, atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang timbul, proses yang sedang berlangsung), akibat efek yang terjadi atau kecenderungan yang tengah berkembang.

Dalam penelitian dsikriptif kuantitatif biasanya dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara atau observasi. Dengan demikian penelitian ini merupakan penelitian yang menuturkan dan menafsirkan data yang ada tentang situasi yang dialami dan menunjukkan hubungan antara variabel X sebagai variabel bebas dan variabel Y sebagai variabel terikat. Dimana yang menjadi variabel bebas adalah pendistribusian dan variabel terikat adalah loyalitas konsumen.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini adalah jenis data Subjek (*Self-report data*). Jenis data Subjek (*Self-report data*) merupakan jenis data penelitian berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden).

Kemudian, sumber data yang digunakan dalam menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini adalah Kemudian, sumber data yang dihimpun berupa data primer yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi sasaran penelitian. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual/kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik) kejadian/kegiatan dan hasil pengujian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Literatur, yaitu dengan mempelajari berbagai sumber bacaan yang berkaitan erat dengan masalah penelitian, baik berupa buku-buku karya ilmiah maupun peraturan perundang-undangan.
2. Studi Lapangan, yaitu dengan mempelajari, mengamati, Tanya jawab atau memberikan dafyar pertanyaan, dilakukan dengan cara :
 - a. Wawancara, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara tatap muka dengan pihak yang dapat memberikan keterangan tentang *pendistribusian* dan loyalitas konsumen.
 - b. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan instrumen pertanyaan secara tertulis kepada responden yang harus dijawab oleh responden secara tertulis pula.

Untuk mengklasifikasikan dan menginterpretasikan data berdasarkan nilai tiap-tiap aspek, menurut Futchan dalam **Sangadji dan Sopiah (2012:37)** nilai yang diperoleh dapat ditentukan dengan menggunakan interval dengan rumus :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Jarak Pengukuran}}{\text{Jumlah nilai}} = \frac{5 - 1}{5}$$

= 0,8

Dengan interval = 0,8 maka skala nilai yang digunakan adalah :

- Skala nilai antara 4,2 s/d 5,00 digolongkan dengan kategori sangat baik.
- Skala nilai antara 3,3 s/d 4,1 digolongkan dengan kategori baik.
- Skala nilai antara 2,4 s/d 3,2 digolongkan dengan kategori cukup.
- Skala nilai antara 1,5 s/d 2,3 digolongkan dengan kategori kurang baik
- Skala nilai antara 0,6 s/d 1,4 digolongkan dengan kategori buruk

eknik Analisis Data

Penelitian akan memprediksi bagaimana pengaruh variabel independen terhadap dependen. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut. **Gozali (2014:276)** menjelaskan "Persyaratan yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur penelitian minimal ada dua macam, yaitu validitas dan reliabilitas" Berdasarkan tujuan penelitian dan hipotesis yang dikemukakan sebelumnya, maka metode analisis yang digunakan untuk pengujian dan pembuktian hipotesis dengan metode diskriptif pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *Software Statistical Package For Sosial Sciences (SPSS) Versi 26 Windows*.

Uji Validitas

Pengujian validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Menurut **Situmorang dan Lufti (2012: 75)** menjelaskan bahwa "Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan (mengukur) data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur". Sedangkan, **Situmorang dan Lufti (2012: 76)** menyatakan validitas menunjukkan "Sejauhmana suatu alat pengukuran itu dapat mengukur apa yang ingin diukur". Untuk menguji validitas, dilakukan dengan cara mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya.

Kemudian, **Azwar (2007 : 36)** menjelaskan "Skor butir yang valid apabila korelasinya $\geq 0,3$ maka butir instrumen tersebut dinyatakan memiliki validitas konstruk yang baik" ..

Uji Reliabilitas

Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat tersebut reliabel. Menurut **Situmorang dan Lufthi (2012:79)** reliabilitas adalah " Indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan".

Selanjutnya, **Situmorang dan Lufthi (2012:82)** menjelaskan bahwa "Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,8$ reabilitas sangat baik, tinggi, Cronbach Alpha $< 0,8$ reabilitas baik dan Cronbach Alpha $< 0,6$ kurang meyakinkan".

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data mengikuti sebaran baku normal atau tidak. Normalitas data hanya dikenakan terhadap variabel terikat (Y). Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi kerja sistem *Software Statistical Package For Sosial Sciences (SPSS) Versi 26 Windows*. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji analisis grafik. Untuk analisa grafik dapat dilakukan dengan dua alat yaitu grafik histogram dan grafik P-P Plot.

Selanjutnya **Situmorang dan Lufthi (2012:89)** member penjelasan bahwa "Grafik histogram, data yang mengikuti atau mendekati distribusi normal adalah distribusi data yang membentuk lonceng dan pada grafik G-G Plot, sebuah data dikatakan berdistribusi normal apabila titik –titik datanya tidak menceng ke kiri atau kekanan melainkan menyebar disekitar garis diagonal".

Analisis Koefisien Korelasi

Penelitian akan memprediksi bagaimana hubungan variabel independen terhadap dependen. Dimana sesuai dengan pendapat Pearson untuk membuktikan adanya korelasi dinyatakan dengan

koefisien korelasi. Untuk memperoleh koefisien korelasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *Software Statistical Package For Sosial Sciences (SPSS) Versi 26 Windows*.

Untuk mengetahui tinggi rendahnya koefisien korelasi, **Sugiyono (2012 : 250)** menyatakan sebagai berikut :

0,80 s/d 1,000 = Korelasi sangat kuat

0,60 s/d 0,799 = Korelasi kuat

0,40 s/d 0,599 = Korelasi sedang

0,20 s/d 0,399 = Korelasi rendah

0,00 s/d 0,199 = Korelasi sangat rendah.

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk melihat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y, digunakan syarat regresi linear sederhana dengan menggunakan rumus : $Y = a + bX$

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

Dimana :

Y = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

a = Intersep/konstanta

b = Koefisien regresi

Analisis Koefisien Determinasi

Demikian pula untuk mengetahui pengaruh pendistribusian terhadap loyalitas konsumen, dapat dilakukan dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi dengan rumus : $KD = r^2 \times 100\%$

Selanjutnya, penulis terlebih dahulu mencari nilai r dengan menggunakan aplikasi *Software Statistical Package For Sosial Sciences (SPSS) Versi 26 Windows*.

Uji Hipotesis (uji t)

Menurut **Sugiyono (2014: 213)** Uji digunakan untuk menguji hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih apabila terdapat variabel yang dikendalikan. Hipotesis diterima apabila nilai σ 0,05 dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.

Uji signifikansi secara parsial atau sering kali disebut uji r bertujuan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} .

1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Sebelum menganalisis data, terlebih dahulu penulis melakukan pengumpulan data. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan pemberian kuesioner pada responden penelitian. Adapun hasil observasi, wawancara dan pemberian kuesioner, sebagai berikut :

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan rumus *cronbach alpha* dan diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.12

Tabel 4.1
Hasil pengolahan data uji reliabilitas variabel X

No.	Variabel	Reliability Statistics		
		Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan

1.	Kelancaran pendistribusian	0,942	15	Reliabel
2.	Loyalitas konsumen	0,948	15	Reliabel

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Dari data tabel 4.1, dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas ditunjukkan pada kolom *Cronbach's Alpha*, untuk variabel X (pendistribusian produk) sebesar 0,769 dan untuk variabel Y (loyalitas konsumen) sebesar 0,768 ini lebih besar dari 0,6 yang berarti seluruh butir pertanyaan variabel X (kelancaran pendistribusian) dan variabel Y (loyalitas konsumen) dinyatakan reliabel.

Dari hasil pengujian validitas dan reliabilitas, diketahui bahwa seluruh kuesioner pada variabel X (kelancaran pendistribusian) dan variabel Y (loyalitas konsumen) ternyata valid dan reliabel, sehingga seluruh kuesioner dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

d. Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel X dengan variabel Y, maka nilai nilai dalam tabulasi jawaban responden diatas dapat dimasukkan dalam program SPSS For Windows dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.2
Output Koefisien Korelasi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.577	4.850		2.387	.020
Kelancaran Pendistribusian	.810	.089	.764	9.102	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan data table, diperoleh koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y dengan nilai 0,764, artinya terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y dan hubungan tersebut tergolong korelasi kuat. Sehingga dapat disimpulkan ada hubungan kelancaran pendistribusian produk terhadap loyalitas konsumen pada PT. Putra Ali Sentosa (PAS) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah.

e. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh kelancaran pendistribusian produk terhadap loyalitas konsumen, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus perhitungan koefisien determinasi (r^2) sebagai berikut :

Tabel 4.3
Output Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.584	.577	8.72364

a. Predictors: (Constant), Kelancaran Pendistribusian

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Dari data tabel di atas, dapat diperoleh koefisien determinasi sebesar 58,4 %, hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variasi variabel terikat (loyalitas konsumen) sebesar 58,4 % ditentukan oleh variabel bebas (kelancaran pendistribusian) dan sisanya sebesar 41,6 % ditentukan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk dan lainnya.

f. Regresi Linier Sederhana

Selanjutnya untuk melihat pengaruh yang signifikan antara variable X dan variabel Y, digunakan perhitungan regresi linier sederhana dengan rumus sebagai berikut : $Y = a + bX$

Hubungan Kelancaran Pedistribusian Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Putra Ali Sentosa (Pas) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah (Mirco)

Tabel 4.3
Output Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.577	4.850		2.387	.020
Kelancaran Pendistribusian	.810	.089	.764	9.102	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Dari data tabel diatas dapat diperoleh persamaan garis regresi linier sederhana sebagai berikut :
 $Y = 11,577 + 0,810 X$. hal ini berarti bahwa terjadi pengaruh variabel terikat (loyalitas konsumen) ditentukan oleh variabel bebas (kelancaran pendistribusian) dengan koefisien regresi sebesar 0,810, dimana apabila ditambahkan satu satuan variabel X (kelancaran pendistribusian) atau nilai tertentu maka variabel Y (loyalitas konsumen) akan ikut bertambah dikalikan dengan nilai tertentu tersebut.

Uji Hipotesis

Selanjutnya setelah nilai korelasi antara variabel X dan variabel Y diketahui maka langkah selanjutnya adalah mencari t hitung dengan tujuan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Hipotesis penelitian diterima atau ditolak dapat diketahui dengan cara :

- 1) Membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel dengan ketentuan : Apabila t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka hipotesis alternative (Ha) diterima dan hipotesis 0 (Ho) ditolak. Apabila t hitung lebih kecil dari nilai t tabel maka hipotesis alternative (Ha) ditolak dan hipotesis 0 (Ho) diterima.
- 2) Mencari nilai derajat kebebasan (dk), : $dk = n - 2$, maka $dk = 61 - 2 = 59$
- 3) Setelah nilai dk diketahui maka nilai t tabel (nilainya telah diketahui dalam tabel t) untuk $dk = 59$ pada taraf signifikan 0,05 adalah sebesar 2,001

Untuk menguji apakah koefisien regresi yang di dapat signifikan atau tidak, perlu dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan program *Software Statistical Package For Sosial Sciences (SPSS)*, yaitu :

Tabel- 4.14
Output t hitung
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.577	4.850		2.387	.020
Kelancaran Pendistribusian	.810	.089	.764	9.102	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2022

Dari hasil perhitungan tersebut di atas, maka selanjutnya nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel, setelah dibandingkan memperoleh hasil bahwa t hitung lebih besar dari t tabel atau $9,102 > 2,001$. Karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka hipotesa alternative (Ha) diterima dan hipotesa (Ho) ditolak, dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat "**diterima**"

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Dari perhitungan instrument penelitian, diperoleh hasil antara variabel X dan Y setiap butirnya dinyatakan valid karena nilai *Corrccted item total* lebih besar dari nilai r kritis (0,30).
2. Dari perhitungan instrument data penelitian, diperoleh hasil antara variabel X dan Y dinyatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* berada diatas 0,60.

Hubungan Kelancaran Pedistribusian Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Putra Ali Sentosa (Pas) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah (Mirco)

3. Dari uji normalitas, seluruhnya menunjukkan bahwa distribusi data tidak menyalahi asumsi normalitas yaitu berbentuk lonceng dan sebaran data dekat dengan garis diagonal dalam kurva normal P-P Plot sehingga untuk variabel kelancaran pendistribusian dan loyalitas konsumen dapat disimpulkan normal.
4. Terdapat hubungan positif antara kelancaran pendistribusian dengan loyalitas konsumen yang dapat dibuktikan melalui perhitungan koefisien korelasi dengan hasil korelasi kuat sebesar $= 0,764$
5. Dari perhitungan persamaan garis regresi linier variabel X dan variabel Y adalah : $Y = 11,577 + 0,810 X$. hal ini berarti bahwa terjadi pengaruh variabel terikat (loyalitas konsumen) ditentukan oleh variabel bebas (kelancaran pendistribusian) dengan koefisien regresi sebesar 0,810, dimana apabila ditambahkan satu satuan variabel X (kelancaran pendistribusian) atau nilai tertentu maka variabel Y (loyalitas konsumen) akan ikut bertambah dikalikan dengan nilai tertentu tersebut.
6. Dari perhitungan koefisien determinasi diperoleh angka sebesar 58,4 %, hal ini berarti bahwa yang terjadi pada variasi variabel terikat (loyalitas konsumen) sebesar 58,4 % ditentukan oleh variabel bebas (kelancaran pendistribusian) dan sisanya sebesar 41,6 % ditentukan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk dan lainnya.
7. Dari uji hipotesis yang dilakukan dan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel didapat bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($9,102 > 2,001$) ini berarti bahwa hipotesis yang diterima adalah hipotesis alternative (H_a)

Saran

1. Untuk lebih meningkatkan loyalitas konsumen, hendaknya perlu diadakan penambahan sarana prasarana untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian, seperti menyediakan area wifi.
2. Agar loyalitas konsumen dapat meningkat, hendaknya konsumen diberikan potongan harga bila membeli produk dalam jumlah yang besar dan berkelanjutan.
3. Agar loyalitas konsumen terus terjaga, komunikasi dengan konsumen terus dijalin dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Azwar, Ahmad. 2007. *Metode penelitian*. Jakarta : Raja Grafindo Parsada
- Blackwell, et.al. 2016. *Perilaku Dalam Organisasi*. Terjemahan, Jilid Pertama, Jakarta : Erlangga.
- Budiarto, Teguh. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Gunadarma.
- Dantes Nyoman. 2012. *Metode penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Daryanto. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1. Bandung : PT Sarana Tutorian
- Durianto dan Sugiarto. 2012. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Global Konteks Offline & Online*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Griffin. 2014. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan. Pelanggan*. Edisi Refisi. Jakarta : Erlangga.
- Huriyati. 2012. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Kartajaya Hermawan. 2012. *Syariah Marketing*. Bandung : PT Mizan Pustaka.
- Kotler Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, cetakan pertama, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh, , Jakarta : PT. Erlangga.
- Marconi, Joe. 2013. *Beyond Branding*, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Moenir. 2012. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta : Bumi Aksara
- Mowen dan Minor. 2014. *Consumer Behavior*. Fifth Editions. Prentice-Hall Intemationa
- Nursya'bani. 2013. *Manajemen Kualitas: Yogyakarta* : Global
- Oentoro dan Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta : LaksBang PRESSindo.
- Sangadji dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian (Pendekatan Praktis Dalam Penelitian)*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Sentono, Prawiro Suyadi. 2012. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia : Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Hubungan Kelancaran Pedistribusian Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Putra Ali Sentosa (Pas) Pondok Batu Kabupaten Tapanuli Tengah (Mirco)

- Situmorang, dan Lufti., 2012, *Analisis Data Penelitian (Menggunakan Program SPSS)*, Medan : USU Press
- STIE Al - Washliyah Sibolga / Tapanuli Tengah, 2022, *Pedoman Penulisan dan Penyusunan Skripsi / Laporan Penelitian* . Sibolga : STIE Al- Washliyah Sibolga/ Tapanuli Tengah.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan ke enam belas, Bandung : Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2013. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukardi David. 2012. *Manajemen Distribusi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sukmadinata. 2006. *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Swastha Basu.2012. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Umar Husein. 2005 *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Usmara. 2015. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro book.
- Wuryanto Teguh. 2014. *Analisis Saluran Distribusi Agen dan Sub Agen Terhadap Volume Penjualan*.
Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo. Vol 1(2).