

Table Of Content

Journal Cover 2
Author[s] Statement 3
Editorial Team 4
Article information 5
 Check this article update (crossmark) 5
 Check this article impact 5
 Cite this article 5
Title page 6
 Article Title 6
 Author information 6
 Abstract 6
Article content 8

ISSN (ONLINE) 2598 9928



INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC

PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Enhancing Customer Loyalty in Mushroom Seed Market: Role of Product Quality and After-Sales Service

Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bibit Jamur: Peran Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual

Tasya Fahillatus Sholikha, nuri.stiedw@stiedewantara.ac.id, (1)

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PGRI Dewantara Jombang, Indonesia

Nuri Purwanto, nuri.stiedw@gmail.com, (0)

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PGRI Dewantara Jombang, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study addresses the escalating competition in the mushroom seed market, particularly in East Java, where producers strive to bolster customer loyalty through product quality and after-sales service enhancements. Employing an explanatory research approach, 100 respondents were purposively sampled to assess the impact of product quality and after-sales service on customer loyalty for Nilam Jamur Jombang. Data was collected using questionnaires and analyzed through SPSS software. Results highlight a significant positive influence of both product quality and after-sales service on customer loyalty, emphasizing the potential for heightened loyalty with improved product quality and enhanced post-purchase support. This research contributes valuable insights for businesses seeking to thrive in a competitive market environment.

Highlight:

- **Intensifying Market Competition:** This study delves into the mushroom seed market's intensifying competition, particularly in East Java, where producers strategically enhance customer loyalty through improvements in product quality and after-sales service.
- **Research Approach and Sample:** Employing an explanatory research approach, the study involves 100 purposively sampled respondents, focusing on the impact of product quality and after-sales service on customer loyalty in Nilam Jamur Jombang.
- **Enhanced Loyalty Factors:** Analysis using SPSS software unveils a significant positive correlation between product quality, after-sales service, and customer loyalty. The findings underscore the potential for heightened loyalty, emphasizing the significance of improved product quality and effective post-purchase support strategies in a competitive market landscape.

Keyword: Mushroom Seed Market, Customer Loyalty, Product Quality, After-Sales Service,

Competitive Environment

Published date: 2023-08-10 04:10:25

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris dengan sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian utama sebagian besar penduduknya. Sektor pertanian mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional, hal ini dapat dilihat dari kontribusi dominan sektor pertanian khususnya dalam pemantapan ketahanan pangan dan penciptaan lapangan pekerjaan. Salah satu komoditi pertanian yang mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi adalah jamur. Prospek pengusaha jamur di Indonesia cukup baik karena kondisi iklim dan lingkungan Indonesia sangat cocok untuk budidayanya. Umumnya budidaya jamur hanya dilakukan didataran tinggi, namun sekarang dengan perawatan yang lebih intensif budidaya jamur juga dapat dikembangkan didataran rendah. Beberapa jenis jamur konsumsi yang banyak dibudidayakan dandiminati masyarakat Indonesia yaitu jamur tiram, jamur merang, jamur kuping dan jamur kancing.

Jumlah konsumsi dan permintaan jamur terus meningkat sejalan dengan berkembangnya penduduk, peningkatan pendapatan dan peningkatan kesadaran akan pentingnya kesehatan [1]. Menurut data Badan Pusat Statistik (2022), pada tahun 2021 Jawa Timur menjadi daerah dengan produksi jamur terbanyak di Indonesia yakni sebesar 41,58 ton setara dengan 46% dari total produksi jamur secara nasional. Melihat banyaknya permintaan terhadap jamur terutama di Jawa Timur membuat produsen benih jamur baru terus bermunculan yang menyebabkan persaingan antar produsen benih jamur semakin kompetitif. Hal tersebut memacu para produsen benih jamur untuk menetapkan loyalitas pelanggan sebagai tujuan utama untuk menjaga kelangsungan usahanya. Para produsen berkompetisi untuk mempertahankan setiap pelanggannya agar tidak mudah pindah ke produsen pesaing sejenis. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan diantaranya dengan meningkatkan kualitas produk dan memberikan layanan purna jual (*after sales service*).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting bagi pelanggan untuk menentukan pilihan produk. Jika sebuah perusahaan ingin bertahan di pasar, maka perusahaan harus memperhatikan kualitas dari produk yang ditawarkan karena pada dasarnya konsumen akan lebih menyukai produk dengan kualitas yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kualitas produk merupakan hal yang penting terhadap loyalitas pelanggan[2]. Peningkatan kinerja produk juga dapat dilakukan dengan memberikan layanan purna jual, strategi ini populer diterapkan oleh berbagai perusahaan untuk mendapatkan loyalitas yang tinggi dari pelanggan. Layanan purna jual adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen pasca pembelian barang atau jasa. Layanan purna jual dapat dijadikan alat untuk memprediksi loyalitas pelanggan[3].

Penelitian ini membahas tentang apakah terdapat pengaruh dari kualitas produk dan layanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan layanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan[4], namun tidak selamanya bahwa kualitas berpengaruh positif terhadap loyalitas ada kalanya kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan[5]. Kedua penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda terkait variabel kualitas produk menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari hasil kedua penelitian. Sudah banyak penelitian yang mengkaji tentang loyalitas pelanggan, namun melalui atau dimediasi variabel lain seperti kepuasan pelanggan. Penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan purna jual maka kepuasan pelanggan meningkat yang diikuti dengan peningkatan loyalitas pelanggan[6] sedangkan dalam penelitian ini loyalitas pelanggan dipengaruhi langsung oleh variabel independen yaitu kualitas produk dan layanan purna jual tanpa dimediasi. Dari segi obyek yang diteliti, jika menggunakan variabel layanan purna jual maka obyek yang diteliti umumnya kendaraan atau alat elektronik seperti penelitian yang berjudul analisis pelayanan purna jual produk ponsel evercoss terhadap loyalitas konsumen[7] dan penelitian lain dengan judul pengaruh pelayanan purna jual terhadap loyalitas konsumen pada asus service center kota Jambi[3] sedangkan dalam penelitian ini obyeknya adalah benih jamur, bukan hanya kendaraan dan alat elektronik yang memerlukan perawatan lanjutan tetapi benih jamur juga perlu, karena sering mengalami masalah atau kegagalan saat ditanam di media. Oleh karena itu perusahaan memberikan layanan purna jual untuk menjaga kualitas produk dan menanamkan kepercayaan dalam diri konsumen untuk terus menggunakan produk.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. menggunakan metode *explanatory research* yaitu metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antar variabel satu dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di Nilam Jamur dari wilayah Jombang dan luar Jombang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yaitu teknik *purposive sampling*, peneliti menggunakan pertimbangan sendiri secara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan dan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria yang digunakan peneliti adalah pelanggan Nilam Jamur Jombang yang rutin melakukan pembelian produk benih jamur setiap minggu atau bulan, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kuesioner yang berisi pernyataan mengenai kualitas produk, layanan purna jual dan loyalitas

pelanggan disebar kepada responden terpilih melalui Google Form dengan menggunakan skala *Likert* 1-5, dimana skala 1 (sangat tidak setuju) sampai skala 5 (sangat setuju). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji parsial (t) dan uji koefisien determinasi (R). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 20.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidandari instrumen dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasikan setiap skor variable jawaban responden dengan total skor masing-masing variable, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai pada taraf signifikan 0,05 dan 0,01[8].

Variable	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,530	0,196	Valid
	X1.2	0,456	0,196	Valid
	X1.3	0,465	0,196	Valid
	X1.4	0,560	0,196	Valid
	X1.5	0,564	0,196	Valid
	X1.6	0,559	0,196	Valid
	X1.7	0,625	0,196	Valid
	X1.8	0,797	0,196	Valid
	X1.9	0,829	0,196	Valid
	X1.10	0,762	0,196	Valid
	X1.11	0,454	0,196	Valid
	X1.12	0,498	0,196	Valid
	X1.13	0,411	0,196	Valid
	X1.14	0,422	0,196	Valid
Layanan Purna Jual	X2.1	0,444	0,196	Valid
	X2.2	0,444	0,196	Valid
	X2.3	0,329	0,196	Valid
	X2.4	0,487	0,196	Valid
	X2.5	0,385	0,196	Valid
	X2.6	0,428	0,196	Valid
	X2.7	0,397	0,196	Valid
	X2.8	0,832	0,196	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y1.1	0,326	0,196	Valid
	Y1.2	0,339	0,196	Valid
	Y1.3	0,280	0,196	Valid
	Y1.4	0,441	0,196	Valid
	Y1.5	0,377	0,196	Valid
	Y1.6	0,441	0,196	Valid
	Y1.7	0,410	0,196	Valid
	Y1.8	0,847	0,196	Valid
	Y1.9	0,848	0,196	Valid
	Y1.10	0,863	0,196	Valid
	Y1.11	0,382	0,196	Valid

Figure 1. Hasil Uji Validitas

Sumber: Data yang diolah (2023)

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan dari variable kualitas produk, layanan purna jual dan loyalitas pelanggan memiliki r hitung > dari r tabel (0,196) dan bernilai positif, maka pertanyaan dari masing- masing variable tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan[8].

Variable	Nilai	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,803	0,70	Reliabel
Layanan Purna Jual	0,713	0,70	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,899	0,70	Reliabel

Table 1. Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: Data yang diolah (2023)

Hasil dari uji reliabilitas pada tabel 2 menunjukan nilai setiap variable termasuk dalam kategori berkorelasi kuat karena setiap nilai melebihi nilai *cronbach's alphas* yaitu 0,70 maka semua variable adalah reliabel.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.935a	0.874	0.838	1.48259

Table 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Output Data SPSS, 20.0

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 3, maka diperoleh nilai *adjusted R-square* sebesar 0,838. Yang berarti variable kualitas produk dan layanan purna jual dalam penelitian ini mampu mempengaruhi variable loyalitas pelanggan sebesar 83,8% sedangkan sisanya sebesar 16,2% (1 - 0,838) dijelaskan oleh variable lain selain kualitas produk dan layanan purna jual.

4. Uji Hipotesis (t)

Model		Coefficients ^a				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error				
	(Constant)	-9.154	4.021			-2.276	.025
1	X1	.412	.104	.392		3.965	.000
	X2	.907	.184	.487		4.932	.000

a. Dependent Variable: Y

Figure 2. Hasil Uji Hipotesis (t)

Hasil pengujian hipotesis pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi dari kualitas produk (X1) dan layanan purna jual (X2) sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan layanan purna jual memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

Dari pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan benih jamur dari Nilam Jamur Jombang. Hasil pengujian juga didukung oleh data analisis dari variabel kualitas produk, yaitu responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju lebih banyak dibanding responden yang menyatakan cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden menyatakan produk benih jamur dari Nilam Jamur memiliki kualitas yang baik sehingga mampu meningkatkan loyalitas para pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Sabaru *et.al*(2022), yang menyatakan variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan dan menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Jika pelanggan merasa kualitas produk dari perusahaan baik maka mereka akan terus membeli bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain[9].

Pengaruh layanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan

Dari pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari layanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan benih jamur dari Nilam Jamur Jombang. Hasil pengujian juga didukung oleh data analisis dari variabel layanan purna jual, yaitu responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju lebih banyak dibanding responden yang menyatakan cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata responden menyatakan layanan purna jual yang diberikan oleh Nilam Jamur Jombang memenuhi kebutuhan konsumen sehingga mampu meningkatkan loyalitas para pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Noeryakin dan Eriza (2022) yang menyatakan variabel layanan purna jual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Layanan purna jual merupakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan terkait keluhan atau klaim setelah jual beli berakhir. Layanan purna jual diberikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk perusahaan[10].

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan benih jamur di Nilam Jamur Jombang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas produk yang diberikan kepada konsumen maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi. Layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut menunjukkan semakin baik layanan purna jual yang diberikan maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap produk dan perusahaan.

References

1. Yuniar Hajar Prasecti and Bakti bayu nugroho, "Faktor Sosial Ekonomi Petani Jamur Tiram Di Tulungagung," J. AGRIBIS, vol. 7, no. 2, pp. 1-6, 2021, doi: 10.36563/agribis.v7i2.391.
2. L. Hariyanto, "YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Dim Sum Inc ., Kemang," vol. 5, no. 3, pp. 156-163, 2022.
3. F. Ekonomi, P. Manajemen, P. Universitas, and B. Jambi, "Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi Adri Yeri Pratama Lase," Sci. Manag. Students Res. J., vol. 1, no. 6, pp. 193-199, 2019, doi: 10.33087/sms.v1i6.30.
4. E. A. Putra and S. Nurseto, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Pengguna Handphone Samsung di Kota Semarang)," J. Adm. Bisnis, vol. 8, no. 1, pp. 1-7, 2019.
5. S. Kasus, D. Pasar, and G. Solo, "Edunomika - Vol. 03, No. 02 (Agustus 2019)," vol. 03, no. 02, pp. 493-500, 2019.
6. S. Rochayati, M. Ramaditya, S. Tinggi, and I. Ekonomi, "Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan," pp. 1-29, 2020.
7. H. Suparto, "Analisis Pelayanan Purna Jual Produk Ponsel Evercross Terhadap Loyalitas Konsumen," Maj. Ilm. DIAN ILMU, vol. 13, no. 2, pp. 41-65, 2018, doi: 10.37849/midi.v13i2.35.
8. A. Arsi, "Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss," Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss, pp. 1-8, 2021, [Online]. Available: <https://osf.io/m3qxs>
9. W. C. Sabaru, R. S. Wenas, and Y. Mandagie, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Vivo (Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado) Influence of Product Quality, Price and Product Innovation on Vivo Smartphone Consumer Loyalty (At Sam

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 18 No 3 (2023): August

Article type: (Production Management)

- Ratulan," 340 J. EMBA, vol. 10, no. 3, pp. 340-352, 2022.
10. F. Noeryakin and F. Eriza, "Pengaruh Purnajual dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Indihome Pt. Telkom Indonesia Medan (Studi pada Masyarakat Kota Medan)," *Regress J. Econ. Manag.*, vol. 1, no. 3, pp. 89-99, 2022, doi: 10.57251/reg.v1i3.264.