

# PENGARUH KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA DETERJEN SO KLIN OLEH IBU-IBU RUMAH TANGGA LINGKUNGAN II, KELURAHAN HARJOSARI I, KECAMATAN MEDAN AMPLAS

Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary

Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Komitmen, Kepercayaan, Loyalitas Konsumen</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan II, Kelurahan harjosari I, Kecamatan Medan Amplas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling yang berjumlah 97 responden. Metode pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan <math>Y = 3,173 + 0,402X_1 + 0,283X_2</math>. Pada uji parsial (Uji t) variabel komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung <math>6,075 &gt; t</math> tabel <math>1,985</math> dan nilai signifikan <math>0,000 &lt; 0,05</math> dan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung sebesar <math>6,541 &gt; t</math> tabel <math>1,985</math> dan nilai signifikan <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Hasil uji signifikan simulatif (Uji F) variabel komitmen dan kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai F hitung <math>113,885 &gt; F</math> tabel <math>3,09</math> dan nilai signifikan <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) diperoleh nilai R Square sebesar <math>0,708</math> artinya variabel loyalitas konsumen dapat dijelaskan sebesar <math>70,8\%</math> oleh variabel Komitmen dan Kepercayaan sementara sisanya <math>29,2\%</math> dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.</p>
<p>Email : <a href="mailto:julianisiregar716@gmail.com">julianisiregar716@gmail.com</a> <a href="mailto:burhanuddin@umnaw.ac.id">burhanuddin@umnaw.ac.id</a></p>	<p>Copyright © 2023 Jurnal Price All rights reserved is Licensed under a <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/">Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License</a> (CC BY-NC 4.0)</p>

## PENDAHULUAN

Perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan konsumen dengan membangun loyalitas kepada konsumennya. Bila konsumen merasa tidak puas dapat menyebabkan konsumen tersebut pindah ke produk deterjen lainnya. Sehingga akan merugikan perusahaan tersebut. Di Indonesia ada 4 merek deterjen yang sering di pakai oleh Ibu-ibu Rumah Tangga Untuk mencuci pakain

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

yaitu, Deterjen Rinso, Deterjen Daia, Deterjen Attack dan Deterjen So Klin. Termasuk Ibu-ibu Rumah Tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas yang menggunakan deterjen so klin untuk mencuci pakaian. Penelitian ini akan mengukur kuatnya pengaruh loyalitas konsumen pada deterjen So Klin tepatnya untuk ibu-ibu rumah tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen untuk mempertahankan hubungan jangka panjang yang bernilai dengan perusahaan. Alasan yang mendasari adalah tanpa ada komitmen konsumen yang tinggi maka akan sulit bagi perusahaan dalam mewujudkan loyalitas konsumen.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepercayaan konsumen. Alasan yang mendasari adalah loyalitas konsumen akan terwujud jika konsumen tersebut benar-benar mempercayai deterjen So Klin. Hal ini dapat dilihat pada Top Brand Index (TBI) Detergen So Klin dengan pesaingnya lima tahun terakhir, bahwa yang diperoleh gambaran bahwa tingkat kepercayaan konsumen berfluktuasi. Hal ini bisa dilihat dari tahun 2017 sampai tahun 2021. Pada tahun 2017 TBI So klin 8,7%, Tahun 2018 tingkat TBI meningkat menjadi 11,6%, ditahun 2019 TBI mengalami peningkatan menjadi 11,8%, ditahun 2020 TBI mengalami penurunan menjadi 11,5%, dan ditahun 2021 tingkat TBI meningkat sebesar 14,9%. (Sumber : Topbrand-award.com).

Peneliti telah melakukan pra survey dengan membagikan kusioner kepada 30 orang responden yang merupakan Ibu-ibu lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas. Dimana Kusioner pertama dalam kegiatan pra survey ini dirancang untuk dapat mengetahui tanggapan Ibu-ibu rumah tangga terhadap komitmen. Bahwasanya responden menjawab tidak lebih besar persentasinya menjawab setuju terhadap variabel loyalitas konsumen adalah baik, ini berarti bahwa konsumen belum merasakan loyalitas konsumen.

Dengan melihat dan memperhatikan uraian-uraian tersebut diatas, dan berdasarkan pengalaman Observasi pada ibu-ibu rumah tangga lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas penulis tertarik untuk mengambil judul: Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas. Setelah diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini, sehingga dapat dirumuskan dan berfokus pada kasus "Komitmen, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen pada deterjen so klin oleh ibu-ibu rumah tangga lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas

## METODE

Bagian metode harus dapat menjelaskan metode penelitian yang digunakan, termasuk bagaimana prosedur pelaksanaannya. Alat, bahan, media atau instrumen penelitian harus dijelaskan dengan baik. Apabila ada rumus statistika yang digunakan sebagai bagian dari metode penelitian, sebaiknya tidak menuliskan rumus yang sudah berlaku umum. Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu deskriptif dan kuantitatif. Menurut (Bahri, 2018) penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau objek yang menjadi perhatian dalam kegiatan penelitian secara sistematis. Menurut Latanussa dalam Ade, dkk (2020)

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan metode bilangan untuk mendeskripsikan observasi suatu objek atau variabel dimana bilangan menjadi bagian dari pengukuran. Berdasarkan jenis penelitian tersebut, maka penulis ingin mendeskripsikan pengaruh komitmen dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada deterjen so klin oleh ibu-ibu rumah tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas. Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Menurut (Arikuto 2010) Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan sampel random sampling. Alasan menggunakan sampel random sampling karena teknik ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dijadikan sampel. Sampel aksidental (accidental) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Oleh karena populasi tidak diketahui, menurut (Riduwan dan Engkos, 2013) maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2, n = \left( \frac{1,96}{0,20} \right)^2 = 96,04$$

$$n = 97 \text{ Responden}$$

Keterangan:

$$n = \text{Ukuran sampel}$$

$$Z_{\alpha/2} = \text{Nilai standart luar normal standart bagaimana tingkat kepercayaan 95\%}$$

$$e = \text{Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 20\% atau 0,20 (error of estimasi)}$$

Dari perhitungan di atas maka dapat diketahui jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode accidental sampling, dimana unit sampling dipilih berdasarkan ketersediaannya. Alasan peneliti menggunakan teknik sampling tersebut adalah peneliti hanya akan meneliti dan mengambil data berdasarkan responden yang datang pada saat dilakukan kegiatan penelitian secara langsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

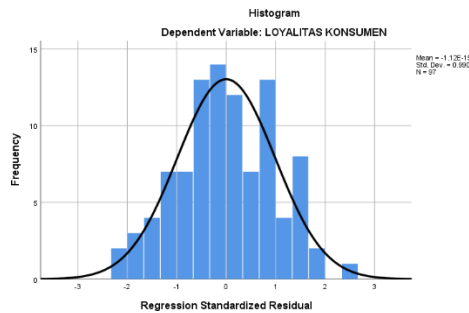
Kelurahan Harjosari merupakan daerah yang dulunya masih merupakan kawasan daripada Deli Serdang, dan termasuk dalam nama kelurahan Harjosari. Pada tahun 1976 sampai pada tahun 1982 terjadi pemekaran daerah dan kelurahan Harjosari sudah tidak lagi kawasan Deli Serdang tetapi sudah masuk ke Kecamatan Medan Kota, Kotamadya Medan. Tepatnya pada tahun 1992 terjadi pemekaran daerah lagi dan menjadikan Kelurahan Harjosari masuk ke dalam Kecamatan Medan Amplas. Harjosari terbagi menjadi dua kelurahan yaitu Harjosari I dan Harjosari II. Harjosari I merupakan kelurahan yang paling dekat dengan Kantor Camat Medan Amplas, sekitar 1 km dan memiliki luas wilayah terbesar kedua setelah Harjosari II dari tujuh kelurahan yang ada di Kecamatan Medan Amplas dengan luas wilayah sebesar 4.15 km<sup>2</sup>. Komposisi penduduk yang dimiliki oleh

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

Kelurahan Harjosari ini sangat beragam, mulai dari penduduk asal setempat sampai dengan perantau yang berasal dari luar daerah. Jumlah penduduk yang mendiami wilayah Kelurahan Harjosari I ini adalah yang terbesar dari tujuh kelurahan yang ada di Kecamatan Medan Amplas yaitu sebesar 31.979 jiwa. Kebanyakan penduduk yang bermukim di Kelurahan Harjosari I ini adalah suku Jawa, Batak, Padang dan sedikit Aceh.

**Analisis Data**

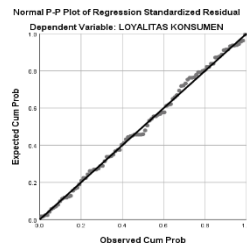
**Uji Normalitas**



Gambar 1. Histogram

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan gambar 1 histogram memperlihatkan bahwa distribusi data penelitian yang dilakukan membentuk lonceng (bell shaped), tidak condong kekiri atau tidak condong ke kanan sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.



Gambar 2. Normal P-Plot

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Selanjutnya gambar 2 normal p-p plot menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak peneliti menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan kriteria pengukuran nilai signifikan > 0,05 maka terdistribusi secara normal. Maka hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.318569
		21

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

Most Extreme Absolute	.046
Differences	Positive .046
	Negative -.044
Test Statistic	.046
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas dengan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi di antara variabel bebas. Dalam penelitian ini gejala multikolinearitas dilihat di tolerance dan variance inflation factor (VIF). Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
KOMITMEN	.577	1.733
KEPERCAYAAN	.577	1.733

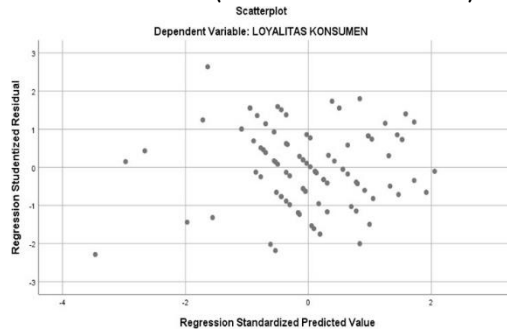
a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Tolerance > 0,1 (0,577 > 0,1) dan nilai VIF < 10,00 (1,733 < 10,00). Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas artinya model regresi lolos uji heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil ujinya :



Gambar 3. Scatterplot

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan gambar 3 scatterplot diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	2.418	.793		3.050	.003
KOMITMEN	-.036	.038	-.127	-.949	.345
KEPERCAYAAN	-.012	.025	-.067	-.504	.616

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan metode glejser diketahui bahwa nilai signifikan variabel Komitmen (X1) sebesar 0,345 lebih besar dari 0,05 dan variabel Kepercayaan (X2) yakni 0,616 lebih besar dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa tidak terjadi heterokedastistas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Komitmen (X1) dan variabel Kepercayaan (X2) terhadap variabel Loyalitas Konsumen(Y). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3.173	1.384		2.293	.024
KOMITMEN	.402	.066	.446	6.075	.000
KEPERCAYAAN	.283	.043	.480	6.541	.000

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

Dari tabel di atas diketahui persamaan regresi linear berganda antara variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut :

$$Y = 3,173 + 0,402X_1 + 0,283X_2$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Konstanta (a) = 3,173 artinya jika variabel Komitmen (X1) dan Kepercayaan (X2) bernilai 0 maka Loyalitas Konsumen (Y) adalah sebesar 3,173.
- 2) Koefisien regresi variabel Komitmen (X1) = 0,402 artinya jika variabel Komitmen (X1) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Loyalitas Konsumen akan meningkat 0,402.
- 3) Koefisien regresi Kepercayaan (X2) = 0,283 artinya jika Kepercayaan (X2) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel Loyalitas Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,283.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

Nilai koefisien regresi dalam persamaan regresi merupakan hasil perhitungan berdasarkan sampel yang dipilih. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan t hitung. Kriteria pengambilan keputusan adalah: Tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 5% dan derajat kebebasan (df) = n (jumlah sampel) – k (jumlah variabel yang digunakan) = 97-3 = 94, t tabel = 1,985

**Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

		Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	3.173	1.384		2.293
	KOMITMEN	.402	.066	.446	6.075
	KEPERCAYAAN	.283	.043	.480	6.541

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara parsial sebagai berikut :

- a) Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar 6,075 > t tabel 1,985 dan nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05 ini berarti variabel Komitmen (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y).
- b) Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar 6,541 > t tabel 1,985 dan nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05 ini berarti variabel Kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y).

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

### Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas yang terdiri dari variabel Komitmen (X1) dan variabel Kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat yakni variabel Loyalitas Konsumen (Y) dengan melihat nilai F hitung dan nilai signifikan. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 6. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	404.432	2	202.216	113.885	.000 <sup>b</sup>
	Residual	166.908	94	1.776		
	Total	571.340	96			

- a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN  
 b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KOMITMEN

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

F hitung dapat dilihat sebesar 113,885, derajat pembilang =  $k-1 = 3-1 = 2$ , derajat penyebut =  $n - k = 97-3 = 94$ , F tabel = 3,09.

Berdasarkan tabel tersebut bahwa nilai F hitung  $113,885 > F$  tabel 3,09 dengan nilai signifikan 0,000 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Komitmen dan Kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen.

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 <sup>a</sup>	.708	.702	1.333

- a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KOMITMEN  
 b. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa tingkat pengaruh (R Square) dari variabel Komitmen (X1) dan variabel Kepercayaan (X2) terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y) adalah sebesar 0,708. Dapat disimpulkan bahwa variabel Komitmen dan variabel Kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 70,8% terhadap variabel Loyalitas Konsumen sementara sisanya sebesar 29,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen

Komitmen pelanggan adalah keinginan pelanggan yang kuat untuk mempertahankan Hubungan jangka panjang dengan pihak perusahaan. Indikator dari Komitmen yaitu : Komitmen Afektif (Affective Commitment), Komitmen Normatif (Normative Commitment), dan Komitmen Kontinyu (Continuance Commitment). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Konsumen Detergen So Klin pada

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas dengan diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $6,075 > t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  ini berarti variabel Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen.

#### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen**

Kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Indikator dari Kepercayaan : Integritas (Integritas), Competence (Kompetensi), Consistency (Konsistensi), Loyalty (Loyalitas) dan Openness (Keterbukaan). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Detergen So Klin pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas dengan memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $6,541 > t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  ini berarti variabel Kepercayaan berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Konsumen sehingga hipotesis diterima.

#### **Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen**

Loyalitas konsumen merupakan komitmen jangka panjang konsumen, yang diimplementasikan dalam bentuk perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan dimana hal tersebut akan mempengaruhi eksistensi perusahaan tersebut. Indikator dari loyalitas konsumen terdiri dari: Repeat (Berulang-ulang), Retention (Tidak Terpengaruh) dan Referral (Merasa Puas/ Tidak Puas).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Detergen So Klin pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) menunjukkan nilai  $F$  hitung  $113,885 > F$  tabel  $3,09$  dengan nilai signifikan  $0,000$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Komitmen dan Kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen. Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa tingkat pengaruh ( $R$  Square) dari variabel Komitmen ( $X_1$ ) dan variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap variabel Loyalitas Konsumen ( $Y$ ) adalah sebesar  $0,708$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel Komitmen dan variabel Kepercayaan memiliki pengaruh sebesar  $70,8\%$  terhadap variabel Loyalitas Konsumen sementara sisanya sebesar  $29,2\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh penggunaan Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Detergen So Klin pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen. Komitmen dan Kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

terhadap variabel Loyalitas Konsumen. Diharapkan bagi perusahaan agar lebih memperhatikan kembali produk yang dijual agar membangun komitmen dan kepercayaan ibu-ibu rumah tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas untuk selalu menggunakan Deterjen So Klin.

#### REFERENSI

- Allen, N. &. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Occup. Psychol.*, 63, 1-18.
- Arikunto, Suharsimi dan Cepi Safruddin Abdul Jabar. 2014. *Evaluasi Program Pendidikan Pedoman Teoritis Praktis Bagi Mahasiswa dan Praktisi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Bisnis: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Dastim, Dody Septiadi Yusril. "Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Kota Kendari." Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo, Kendari (2017).
- Fauziyah R, N. (2015). *Efektivitas Penggunaan Alat Bantu Reaksi Gerakan Tangan Bagi Kaum Disabilitas* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Lapasiang, D., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada pt. Pegadaian (persero) cabang karombasan manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Lubis, I. O., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmud dan Riset Manajemen (IJRM)*, 6(5).
- Mahendra, M. P. (2021). *Pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi dan penanganan konflik terhadap loyalitas nasabah di USPPS-BMT Sunan Drajat* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- OKTASARI, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Jne Palembang* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Peppers, Don and Martha Rogers, 2004. *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Permata, R. C. (2017). *Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang syariah palembang.*[Skripsi] (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang)
- Rahayu, F. (2021). *Pengaruh kepercayaan konsumen, komitmen konsumen, dan komunikasi word of mouth terhadap loyalitas konsumen pada hypermart di Royal Plaza Surabaya* (Doctoral dissertation, Wijaya Kusuma Surabaya University).
- Rahman, S. (2019). A Comparative Study of Stability & Consumer Confidence between Islamic & Conventional Banks in Bangladesh. *European Journal of Islamic Finance*, (13).

*Pengaruh Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Deterjen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan Ii, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas- Juliani Siregar, Burhanuddin Al-Butary*

- Sari, F. F. K., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Personal, Faktor Organisasional Dan Faktor Non Organisasi Terhadap Komitmen Organisasional (Studi Pada Pegawai Bagian Produksi PT. Kubota Indonesia). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), 103210.
- Setyosari Punaji. 2012. "Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan". Jakarta: Kencana.
- Tahun, R. A., Bunga, M., & Nyoko, A. E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat Tanaoba Lais Manekat Kota Kupang. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 7(2), 147-165.
- Wachid, Z. N. (2019). Studi Mengenai Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Niat Belanja Online Grabfood Di Kabupaten Lumajang.
- Widyastuti, S., Said, M., Siswono, S., & Firmansyah, D. A. (2019). Customer trust through green corporate image, green marketing strategy, and socialresponsibility: A case study.