

Determinasi Kepuasan Mitra terhadap Keputusan *Repeat Order* Produk Komersil di Perum Bulog Kantor Cabang Palopo

Umi Wuryani¹
Syamsuddin²
Abdul Rais³

¹²³Universitas Cokroaminoto Palopo

¹umiwuryani394@gmail.com,

²syamsuddinturtea@uncp.ac.id, ³abdulrais@uncp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada identifikasi determinasi kepuasan mitra terhadap keputusan *repeat order* produk komersil di Perum BULOG Kantor Cabang Palopo. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif yaitu pendekatan deskriptif kuantitatif dengan lokasi kajian di Perum Bulog Kantor Cabang Palopo. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara terhadap pegawai BULOG, serta wawancara dan survei kepada 25 mitra produk komersil yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data statistik dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 melalui metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa uji parsial terhadap kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan memiliki dampak positif serta signifikan terhadap keputusan *repeat order*. Sedangkan variabel ketersediaan barang menunjukkan koefisien negatif sehingga tidak signifikan secara statistik. Secara simultan menunjukkan nilai F hitung > F tabel yakni $6,906 > 2,25$ dengan nilai signifikan $0,001 < \alpha = 0,10$, sehingga keempat variabel independen tersebut terbukti berpengaruh nyata terhadap keputusan *repeat order* dengan koefisien determinasi sebesar 58%, sedangkan 42% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata kunci: Perum BULOG; Kepuasan Mitra; Produk Komersil; *Repeat Order*

Wanatani

Vol. 6, No. 1, 2026

ISSN 2808-7704 (Online)

Corresponding Email

Abdul Rais

abdulrais@uncp.ac.id

Copyright © 2026

The Author(s)

This article is licensed under
CC BY-NC-SA 4.0 License



Pendahuluan

BULOG pertama kali didirikan pada 10 Mei 1967 melalui Keputusan Presidium Kabinet Nomor 114/U/KEP/5/1967 dengan status Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND). Selanjutnya, lembaga ini mengalami transformasi status menjadi Perusahaan Umum (Perum) BULOG yang berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada 21 Januari 2003, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2003. Mandat utama Perum BULOG adalah menjamin tiga pilar ketahanan pangan, yaitu ketersediaan, keterjangkauan, dan stabilitas. Di samping itu, lembaga ini memegang peran strategis dalam mengawal stabilitas harga serta memastikan ketersediaan pangan nasional termasuk dalam hal penyaluran cadangan beras pemerintah, pengadaan pangan dan pelayanan publik terkait ketahanan pangan (Perum BULOG, 2026).

Sebagai bagian dari korporasi pangan di daerah Luwu Raya dan sekitarnya, Perum BULOG Kantor Cabang Palopo tidak hanya menjalankan kewajiban pelayanan publik untuk menstabilkan harga, tetapi sekaligus mengoptimalkan fungsi komersial melalui perdagangan bahan pangan berkualitas premium yang dipasarkan di bawah merek “KITA”. Inovasi ini dirancang untuk menjamin keberlanjutan operasional perusahaan sekaligus memaksimalkan manfaat yang dapat diakses oleh masyarakat. Perum BULOG menangani berbagai komoditas pangan strategis, yang mencakup beras, minyak goreng, gula pasir, tepung terigu, serta komoditas pangan lainnya. (Muh. Hamzah, dkk., 2023). Dalam pelaksanaan bisnis komersial tersebut, BULOG bekerja sama dengan berbagai mitra usaha yang berperan penting dalam menyalurkan produk kepada konsumen akhir sehingga dapat menjaga ketersediaan stok, memperkuat rantai pasok pangan dari hulu ke hilir, meningkatkan efisiensi distribusi, serta menyejahterakan petani dan konsumen.

Namun, ketidakpuasan mitra dapat menyebabkan menurunnya loyalitas mitra serta berkurangnya frekuensi pembelian ulang produk komersil di Perum BULOG Kantor Cabang Palopo. Kepuasan mitra menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberlanjutan kerja sama dan loyalitas dalam sistem distribusi pangan. Mitra yang merasa puas akan cenderung melakukan *repeat order*, karena merasa memperoleh manfaat dan nilai ekonomi dari kerja sama tersebut.

Oleh karena itu, penting bagi Perum BULOG Kantor Cabang Palopo untuk memahami determinasi kepuasan mitra dalam menentukan keputusan *repeat order* produk komersil. Melalui penelitian ini, diharapkan penulis dapat mengetahui determinasi kepuasan mitra dalam menentukan keputusan mereka untuk melakukan *repeat order* terhadap produk komersil BULOG, sehingga dapat menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan bisnis komersial dan peningkatan kinerja kemitraan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respons emosional positif yang timbul akibat evaluasi konsumen terhadap kinerja produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Tingkat kepuasan ini diukur berdasarkan kemampuan produk atau layanan dalam memenuhi atau melampaui ekspektasi serta kebutuhan pelanggan. Sebagai indikator krusial, kepuasan pelanggan memegang peranan vital dalam keberlanjutan bisnis jangka panjang, dimana pelanggan yang puas cenderung menunjukkan loyalitas, memberikan rekomendasi, dan melakukan pembelian berulang (Sari Sariatini, 2023). Selain itu, terdapat berbagai variabel yang memengaruhi tingkat kepuasan tersebut, sebagaimana diuraikan oleh Afrilliana (2020). Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan, menurut Irawan dalam (Endah Lisarini, dkk., 2023) faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan

konsumen adalah sebagai berikut: a. Kualitas Produk, b. Harga, c. *Service Quality*, d. *Emotional Factor*, e. Biaya dan Kemudahan.

Kepuasan pelanggan tentunya dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Menurut Sari Sariatin (2023), ada tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

1. Kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan produk dalam memenuhi atau melampaui ekspektasi serta kebutuhan pelanggan. Dimensi kualitas mencakup berbagai elemen, seperti fitur, kinerja, desain, ketahanan, keandalan, keamanan, dan kemudahan penggunaan. Produk berkualitas tinggi dinilai lebih unggul dalam menjalankan fungsi yang dijanjikan, memiliki durabilitas yang lebih lama, serta menawarkan pengalaman pengguna yang optimal
2. Harga didefinisikan sebagai jumlah uang atau nilai tukar yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa dari perusahaan. Harga merupakan variabel krusial dalam proses pengambilan keputusan pembelian, karena dapat membentuk persepsi konsumen terhadap nilai produk atau layanan yang ditawarkan, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian dan perilaku konsumen.
3. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan atau organisasi dalam memenuhi atau melampaui ekspektasi serta kebutuhan pelanggan dalam penyediaan layanan. Dimensi kualitas pelayanan mencakup berbagai elemen, seperti responsivitas, kehandalan, empati, komunikasi, dan profesionalisme karyawan yang memberikan layanan. Pelayanan berkualitas tinggi umumnya ditandai dengan kecepatan, efisiensi, dan ketepatan dalam merespons permintaan pelanggan.

Pembelian Berulang

Mawaddah, dkk. (2024) menyatakan niat pembelian ulang didefinisikan sebagai aktivitas konsumsi kembali suatu produk yang didorong oleh kepuasan dari pembelian sebelumnya. Indikator niat ini dapat diamati melalui tindakan konsumen dalam membeli produk dari merek tertentu. Apabila konsumen merasakan kepuasan dan menganggap merek tersebut sesuai dengan preferensi mereka, maka konsumen tersebut cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama atau produk dalam lini merek yang sama.

Dalam konteks konsumen, keputusan pembelian ulang merupakan tahap kecenderungan perilaku konsumen dalam membeli produk atau jasa secara berulang dalam periode tertentu. Konsumen menunjukkan sikap positif terhadap produk atau layanan berdasarkan pengalaman masa lalu. Keputusan ini bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh faktor kualitas, harga, pelayanan atau faktor lainnya.

Produk Komersil

Produk komersil merupakan komponen integral dalam dinamika aktivitas ekonomi yang berorientasi pada keuntungan (*profit oriented*) yang berfokus pada aspek ekonomi dan nilai jual. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2024) komersial berarti bersangkutan dengan niaga atau perdagangan; dimaksudkan untuk diperdagangkan; bernilai niaga tinggi. Dengan demikian, produk komersil dapat diartikan sebagai barang atau jasa yang diproduksi untuk dijual dan memiliki nilai ekonomi dalam kegiatan perdagangan.

Dalam perspektif hukum, menjelaskan bahwa hukum komersial merupakan sekumpulan norma hukum yang mengatur hubungan hukum di antara para pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan atau perniagaan yang bertujuan memperoleh keuntungan (*profit*) (Rahayu Hartini, 2018, hal. 53). Dengan demikian, produk

komersil termasuk ke dalam objek hukum komersial karena menjadi hasil dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk mendapatkan keuntungan dari transaksi.

Berdasarkan berbagai definisi yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa produk komersil adalah barang atau layanan yang diproduksi dan dipasarkan dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan (profit) serta membawa nilai finansial dalam transaksi niaga melalui kegiatan jual beli di pasar, dengan orientasi pada aspek ekonomi dan nilai jual.

Perum BULOG

Secara historis, BULOG didirikan pada 10 Mei 1967 melalui Keputusan Presidium Kabinet Nomor 114/U/KEP/5/1967 dengan status Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND). Tujuan awalnya adalah mengamankan penyediaan pangan dan stabilisasi harga untuk mendukung eksistensi pemerintahan baru. Pada 21 Januari 2003, statusnya berubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) BULOG yang berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2003. Regulasi ini kemudian mengalami beberapa perubahan, termasuk PP Nomor 61 Tahun 2003 dan akhirnya PP Nomor 13 Tahun 2016 yang menjadi Anggaran Dasar Perum BULOG saat ini (BULOG, 2025).

Pendirian Perum BULOG tidak dapat dipisahkan dari keberadaan lembaga sebelumnya, yaitu Badan Urusan Logistik (BULOG). Perum BULOG merupakan hasil transformasi kelembagaan dari Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND) menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam bentuk Perusahaan Umum. Perubahan status hukum ini juga berdampak pada struktur koordinasi vertikal, yang semula bertanggung jawab langsung kepada Presiden RI, kini berada di bawah koordinasi Kementerian BUMN dan kementerian teknis terkait.

Metode

Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan ilmiah yang menggunakan pengumpulan data angka dan metode analisis untuk memverifikasi hipotesis, merumuskan kesimpulan dan mengidentifikasi korelasi antar faktor yang diteliti. Penerapan pendekatan penelitian kuantitatif memfasilitasi peneliti menguji hipotesis secara objektif, menarik generalisasi yang lebih luas tentang populasi dan memberikan data faktual yang kuat untuk mendukung kesimpulan. Melalui pemanfaatan metodologi ini, para penulis mampu memahami relasi antar variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih sistematis dan dapat dipercaya terhadap realitas yang diteliti (Primadi Candra Susanto, dkk., 2024).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mitra komersil Perum BULOG Kantor Cabang Palopo yang ada di Kota Palopo, yaitu sebanyak 50 mitra. Metode seleksi sampel yang diterapkan dalam studi ini adalah *purposive sampling*, yakni proses pemilihan sampel yang mengacu pada kriteria spesifik yang selaras dengan tujuan penelitian. Kriteria spesifik responden dalam penelitian ini adalah mitra aktif Perum BULOG Cabang Palopo yang telah terdaftar minimal dua tahun dengan domisili Kota Palopo dan telah melakukan *repeat order* minimal dua produk komersil dengan frekuensi pembelian produk minimal dua kali dalam satu bulan. Setelah diidentifikasi terdapat 25 mitra yang memenuhi kriteria di atas, sehingga didapatkan 25 orang yang akan berpartisipasi sebagai responden.

Jenis dan Sumber Data

Sebagai pendukung kegiatan penelitian, peneliti menggunakan jenis dan sumber data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Pemilihan klasifikasi dan asal data untuk memperoleh informasi yang relevan, valid, dan dapat dipercaya dalam mendukung analisis terhadap variabel yang diteliti. Terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berkaitan langsung dengan judul penelitian ini. Data primer yang dikumpulkan secara langsung dari narasumber yang ada di Perum BULOG Kantor Cabang Palopo seperti sie bisnis yang menangani mitra komersil.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang relevan dengan judul penelitian ini dan bersumber dari buku-buku terkait, literatur yang diakses melalui *website* yang sangat membantu penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan untuk mendapat informasi yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan terkait variabel penelitian, yaitu kepuasan mitra dan keputusan *repeat order*. Sejalan dengan tujuan penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Dilakukan observasi langsung terhadap objek penelitian yaitu Perum BULOG Kantor Cabang Palopo dan mitra aktif melalui aktivitas pembelian produk komersil dengan tujuan untuk melihat gambaran nyata mengenai kondisi pelayanan, proses pemesanan, serta interaksi antara pihak BULOG dan mitra dalam kegiatan pembelian produk komersil.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilaksanakan melalui komunikasi tatap muka antara peneliti dan narasumber guna mendapatkan data yang lebih mendalam dan menggunakan angket kuesioner untuk memperoleh informasi dari responden mengenai tingkat kepuasan mitra terhadap produk komersil melalui beberapa pertanyaan yang memberi pengaruh kepada mitra untuk melakukan *repeat order* produk komersil.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang melibatkan pencarian, pengolahan dan analisis dokumen yang relevan dengan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan bukti faktual selama proses pengumpulan data.

Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui determinasi kepuasan mitra terhadap keputusan *repeat order* produk komersil di Perum BULOG Kantor Cabang Palopo. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data melalui uji instrumen, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

1. Uji Instrumen

Tahapan awal dalam analisis data pada penelitian ini adalah dengan menguji instrumen kuesioner untuk memastikan valid atau reliable melalui pengujian berikut ini:

a. Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk menilai keabsahan dan konsistensi instrumen penelitian agar dapat mengukur variabel yang diteliti. Menurut Esi

Rosita (2021), pengujian validitas instrumen kuesioner dapat dianggap valid jika setiap pertanyaan berfungsi sebagai alat ukur untuk mengidentifikasi variabel penelitian dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk menentukan validitas dari masing-masing pernyataan, maka digunakan kriteria statistik sebagai berikut:

1. Jika r dihitung $> r$ tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel dan bernilai negatif, maka variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada suatu instrumen penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi alat ukur pengumpulan data. Pada pengujian reliabilitas, dilakukan dengan menganalisis korelasi antar jawaban dimana reliabilitas diukur dengan uji koefisien *Cronbach's Alpha* (α). Apabila suatu variabel menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam pengukuran.

2. Analisis Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah metode analisis data yang melibatkan beberapa variabel independen untuk menganalisis hubungan dan pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan melalui persamaan matematis berikut:

$$Y = a + b_1(X_1) + b_2(X_2) + b_3(X_3) + b_4(X_4) + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (terikat)

a = Konstanta (nilai Y ketika semua $X = 0$)

$b_1, b_2, b_3, \dots, b_n$ = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ = Variabel independen (bebas)

e = Error (faktor kesalahan)

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Pengujian t digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh setiap variabel independen (X) secara parsial atau terpisah terhadap variabel dependen (Y). Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau nilai Sig $< 0,10$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t hitung $\leq t$ tabel atau nilai Sig $> 0,10$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Pengujian F digunakan untuk mengidentifikasi apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria keputusan uji F yaitu dilakukan perbandingan F hitung dengan F tabel. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah $\alpha = 0,10$. Dengan landasan pengambilan keputusan yang diterapkan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila sig $< 0,10$ atau F hitung $> F$ tabel, maka secara simultan variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y .
- 2) Apabila sig $> 0,10$ atau F hitung $< F$ tabel, maka secara simultan variabel X tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y .

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel yang terikat. Koefisien determinasi dilambangkan dengan simbol R^2 dengan nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Semakin mendekati angka 1, maka semakin baik kualitas garis regresi dan semakin kuat kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

d. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan linear antara variabel independen yang diteliti dengan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi (R) berkisar antara -1.00 hingga 1.00. Semakin nilai R mendekati 1.00, semakin kuat hubungan antara variabel independen dan dependen. Sebaliknya, jika nilai R mendekati 0, hubungan tersebut semakin lemah.

Hasil

Uji Instrumen

Pengujian ini bertujuan untuk menguji kelayakan instrumen, khususnya pada kuesioner penelitian, apakah memenuhi syarat validitas maupun reliabilitas. Hal tersebut menjadi krusial karena kebenaran dan akurasi data yang sangat menentukan kualitas kredibilitas hasil akhir dari penelitian ini.

Tabel 1. Hasil uji validitas

Kualitas produk (X1)				
No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,646	0,337	Valid
2	X1.2	0,747	0,337	Valid
3	X1.3	0,702	0,337	Valid
4	X1.4	0,844	0,337	Valid
Harga produk (X2)				
No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,741	0,337	Valid
2	X2.2	0,850	0,337	Valid
3	X2.3	0,838	0,337	Valid
4	X2.4	0,604	0,337	Valid
Kualitas pelayanan (X3)				
No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X3.1	0,432	0,337	Valid
2	X3.2	0,867	0,337	Valid
3	X3.3	0,867	0,337	Valid
4	X3.4	0,867	0,337	Valid
Ketersediaan barang (X4)				
No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X4.1	0,821	0,337	Valid
2	X4.2	0,956	0,337	Valid
3	X4.3	0,583	0,337	Valid
4	X4.4	0,956	0,337	Valid
Keputusan <i>repeat order</i> (Y)				
No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y1	0,680	0,337	Valid
2	Y2	0,697	0,337	Valid
3	Y3	0,640	0,337	Valid
4	Y4	0,791	0,337	Valid

Sumber: Data primer setelah diolah, 2026

Berdasarkan tabel 1 hasil uji validitas memperlihatkan bahwa nilai r hitung > r tabel, yakni 0,337. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Batas Minimal	Keterangan
1	X1	0,698	0,60	Reliabel
2	X2	0,750	0,60	Reliabel
3	X3	0,636	0,60	Reliabel
4	X4	0,863	0,60	Reliabel
5	Y	0,644	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer setelah diolah dengan *IBM SPSS 25* (2026)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas, terlihat bahwa seluruh variabel independen dan dependen pada penelitian ini menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel untuk selanjutnya item-item pada masing-masing instrumen dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat statistik untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil uji regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-20,732	9,372		-2,212	,039
Kualitas Produk	,617	,198	,536	3,120	,005
Harga Produk	,666	,201	,647	3,320	,003
Kualitas Pelayanan	,892	,443	,391	2,012	,058
Ketersediaan Barang	-,108	,111	-,152	-,978	,340

Sumber: Data primer setelah diolah dengan *IBM SPSS 25* (2026)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1(X_1) + b_2(X_2) + b_3(X_3) + b_4(X_4) + e$$

$$Y = -20,732 + 0,617 (X_1) + 0,666 (X_2) + 0,892 (X_3) + -0,108 (X_4) + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar -20,732 merupakan nilai dasar variabel keputusan *repeat order* (Y) ketika seluruh variabel independen yaitu kualitas produk (X1), harga produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan ketersediaan barang (X4) bernilai nol.
- Koefisien regresi X1 (b1) bernilai 0,617, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel kualitas produk. Hal ini berarti setiap kenaikan satu unit pada kualitas produk akan meningkatkan nilai keputusan *repeat order* (Y) sebesar 0,617.
- Koefisien regresi X2 (b2) bernilai 0,666, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel harga produk. Hal ini berarti setiap kenaikan satu unit pada harga produk akan meningkatkan nilai keputusan *repeat order* (Y) sebesar 0,666.
- Koefisien regresi X3 (b3) bernilai 0,892, yang menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan. Hal ini berarti setiap kenaikan satu unit pada kualitas pelayanan akan meningkatkan nilai keputusan *repeat order* (Y) sebesar 0,892.

- e. Koefisien regresi X4 (b4) bernilai -0,108, yang menunjukkan ketersediaan barang memiliki pengaruh negatif. Hal ini berarti setiap kenaikan satu variabel ketersediaan barang akan mengurangi nilai keputusan *repeat order* (Y) sebesar -0,108.

Uji Hipotesis

Uji t

Pengujian t bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial atau individu terhadap variabel dependen. Penentuan t tabel menggunakan rumus $t \text{ tabel } df = n - k - 1$ / $df = 25 - 4 - 1 = 20$ dengan taraf signifikan 0,10, maka nilai t tabel adalah 1,725.

Tabel 4. Hasil uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-20,732	9,372		-2,212	,039
Kualitas Produk	,617	,198	,536	3,120	,005
Harga Produk	,666	,201	,647	3,320	,003
Kualitas Pelayanan	,892	,443	,391	2,012	,058
Ketersediaan Barang	-,108	,111	-,152	-,978	,340

Sumber: Data primer setelah diolah dengan *IBM SPSS 25* (2026)

Data yang disajikan dalam tabel 4 hasil uji t dengan analisis menggunakan SPSS versi 25 yang memperlihatkan bahwa:

- Hasil uji t menunjukkan t hitung variabel kualitas produk (X1) lebih besar dari t tabel ($3,120 > 1,725$) dengan nilai $\text{sig} < \alpha = 0,10$, yaitu sebesar $0,005 < 0,10$. Maka, variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan *repeat order* (Y), dengan demikian hipotesis penelitian diterima.
- Hasil uji t menunjukkan t hitung variabel harga produk (X2) lebih besar dari t tabel ($3,320 > 1,725$) dengan nilai $\text{sig} < \alpha = 0,10$, yaitu sebesar $0,003 < 0,10$. Maka, variabel harga produk (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan *repeat order* (Y), dengan demikian hipotesis penelitian diterima.
- Hasil uji t menunjukkan t hitung variabel kualitas pelayanan (X3) lebih besar dari t tabel ($2,012 > 1,725$) dengan nilai $\text{sig} < \alpha = 0,10$, yaitu sebesar $0,058 < 0,10$. Maka, variabel kualitas pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan *repeat order* (Y), dengan demikian hipotesis penelitian diterima.
- Hasil uji t menunjukkan t hitung variabel ketersediaan barang (X4) lebih kecil dari t tabel ($-0,978 < 1,725$) dengan nilai $\text{sig} > \alpha = 0,10$, yaitu sebesar $0,340 > 0,10$. Maka, variabel ketersediaan barang (X4) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel keputusan *repeat order* (Y), dengan demikian hipotesis penelitian ditolak.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (X) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Adapun cara untuk mencari F tabel adalah $df_1 = k$ / $df_1 = 4$ dan $df_2 = n - k - 1$ / $df_2 = 25 - 4 - 1 = 20$ dengan taraf signifikan 0,10, maka F tabel adalah 2,25.

Tabel 5. Hasil uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,879	4	7,970	6,906	,001 ^b
	Residual	23,081	20	1,154		
	Total	54,960	24			

Sumber: Data primer setelah diolah dengan *IBM SPSS 25* (2026)

Data yang disajikan dalam tabel 6 hasil uji F memperlihatkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yakni $6,906 > 2,25$ dengan nilai sig $0,001 < \alpha = 0,10$ sehingga variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian variabel kualitas produk (X1), harga produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan ketersediaan barang (X4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan *repeat order* (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,580	,496	1,074

Sumber: Data primer setelah diolah dengan *IBM SPSS 25* (2026)

Dilihat dari data yang disajikan pada tabel 6 hasil uji koefisien determinasi diketahui hasil R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,580 atau 58% yang artinya keputusan *repeat order* produk komersil Perum BULOG Kantor Cabang Palopo dipengaruhi oleh kualitas produk (X1), harga produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan ketersediaan barang (X4) sebesar 58%, sedangkan sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 7. Hasil uji koefisien korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,580	,496	1,074

Sumber: Data primer setelah diolah dengan *IBM SPSS 25* (2026)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 7 hasil uji koefisien korelasi atau R sebesar 0,762, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga produk (X2), kualitas pelayanan (X3) dan ketersediaan barang (X4) mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan variabel keputusan *repeat order* (Y) karena nilai korelasi mendekati nilai 1.

Pembahasan

1. Kualitas Produk terhadap Keputusan *Repeat Order*: Variabel kualitas produk menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,120 yang lebih besar dari t tabel 1,725, dengan nilai signifikansi 0,005 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,10$. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima.
2. Harga Produk terhadap Keputusan *Repeat Order*: Variabel harga produk menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,320 yang lebih besar dari t tabel 1,725, dengan nilai signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,10$. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H0 ditolak dan H2 diterima.
3. Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan *Repeat Order*: Variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,012 yang melebihi nilai t tabel 1,725, dengan nilai signifikansi 0,058 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,10$. Berdasarkan kriteria tersebut, H0 ditolak dan H3 diterima.

4. Ketersediaan Barang terhadap Keputusan *Repeat Order*: Variabel ketersediaan barang menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,978 yang lebih kecil dari t tabel 1,725, dengan nilai signifikansi 0,340 yang lebih besar dari $\alpha = 0,10$. Berdasarkan kriteria pengujian tersebut, H_0 diterima dan H_4 ditolak.
5. Kualitas Produk, Harga Produk, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Barang terhadap Keputusan *Repeat Order*: Berdasarkan uji F yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh nilai F hitung sebesar 6,906 yang lebih besar dari F tabel 2,25, dengan nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,10$. Dengan demikian, variabel kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan, dan ketersediaan barang berpengaruh secara simultan terhadap keputusan *repeat order*.

Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan terkait Determinasi Kepuasan Mitra terhadap Keputusan *Repeat Order* Produk Komersil di Perum BULOG Kantor Cabang Palopo, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X1), variabel harga produk (X2), variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel ketersediaan barang (X4) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan *repeat order* (Y). Secara simultan, keempat variabel independen (kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan dan ketersediaan barang) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *repeat order* mitra produk komersil Perum BULOG Kantor Cabang Palopo berpengaruh sebesar 58% sedangkan sisanya sebesar 42% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Bahasa, B. P. (2024). Kamus Besar Bahasa Indonesia (edisi kelima). Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- BULOG, P. (2025, Oktober). Retrieved from <https://www.bulog.co.id/>
- BULOG, P. (2026, Februari). Retrieved from <https://www.bulog.co.id/>
- Endah Lisarini, A. S. (2023). Tingkat Kepentingan dan Kinerja terhadap Kepuasan Mitra PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox). 122-134.
- Esi Rosita, W. H. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. Vol. 4, No. 4, Juli 2021 .
- Kotler & Keller, buku manajemen pemasaran (ed. 15) Bab 10: Kepuasan & Loyalitas. Hal. 342-350
- Mawaddah, D. R. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, dan Layanan (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* .
- Muh. Hamzah, F. R. (2023). Brand Image Produk KITA: Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Perum BULOG. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 386-394.
- Primadi Candra Susanto, D. U. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Disiplin*, 2-9.
- Rahayu Hartini, S. M. (2018). Hukum Komersial. Malang: UMM Press.
- Sari Sariatin, C. E. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1258-1261.
- Sari, R. M. (2020). Kualitas Produk, Promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada makanan cepat saji. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Daftar Pustaka 2.1,5.