

MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN PADA KONVEKSI FOURS

Balkah Arrasyid Bayhaqi Baktir¹, Sitta Nurhajjah², Dewi Laily P.³

^{1,2,3}Universita Catur Insan Cendekia

Email: blkhrasyid@gmail.com¹, sitta.nurhajjah@cic.ac.id², dewilailypurnamasari@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Pelayanan Pada Konveksi Fours Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan mengukur indikator dengan menggunakan skala likert 1-5, pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan melalui google form yang terdiri dari 13 pernyataan dengan jumlah sampel responden berjumlah 97 responden pelanggan. Penarikan sampel menggunakan metode slovin. Teknik analisis data menggunakan uji valididitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji-t dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan dapat disimpulkan Secara parsial terbukti bahwa variabel Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada konveksi Fours. Secara parsial terbukti bahwa variabel Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada konveksi Fours. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan dapat disimpulkan terbukti bahwa variabel Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) mempunyai pengaruh yang positif secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada konveksi Fours.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

Abstract

This research aims to examine the increase in customer loyalty through product quality and service at Fours Convection. The research method used is quantitative with a descriptive approach by measuring indicators using a Likert scale of 1-5. Data was collected through questionnaires distributed via Google Forms consisting of 13 statements with a total sample of 97 respondent customers. Sample selection used the Slovin method. Data analysis techniques used validity tests, reliability tests, multiple regression analysis, t-tests, and the coefficient of determination. Based on the results of the data analysis that has been described, it can be concluded that partially, the service variable (X1) has a significant effect on customer loyalty (Y) at Fours convection. Partially, it is proven that the product quality variable (X2) does not have an effect on customer loyalty (Y) at Fours convection. Based on the results of the analysis that has been described, it can be concluded that the service variable (X1) and product quality variable (X2) have a positive simultaneous effect on customer loyalty (Y) at Fours convection.

Key words: Service Quality, Product Quality, Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

Semakin berkembang pesatnya dunia bisnis, persaingan dalam dunia bisnis menjadi sangat ketat. Hal ini dapat di lihat dari banyaknya usaha-usaha baru yang bermunculan khususnya di Kota Cirebon. Para pembisnis pun berlomba lomba untuk menawarkan keunggulan produk yang mereka punya dan pasarkan. Hal ini mendorong para pembisnis memaksimalkan terus kinerja perusahaannya, sehingga perusahaan tersebut dapat mempertahankan

bahkan meningkatkan kualitas produk yang mereka punya.

Usaha konveksi merupakan usaha yang cukup populer baru baru ini bagi para pelaku bisnis dan banyak diminati oleh masyarakat khususnya di Kota Cirebon. Fours adalah salah satu bisnisnya yang bergerak di bidang konveksi, konveksi sendiri memiliki arti memproduksi pakaian yang di buat secara masal, fours ini melayani jasa seperti: pembuatan baju, desain, sablon, dan printing. Fours mempunyai strategi

berbeda dengan pesaingnya, dalam hal ini fours meningkatkan kualitas pelayanan dan produk agar pelanggan merasa puas, tetap percaya, dan loyal dengan jasa yang di berikan fours. Fours berlokasi di Jl. Kesambi Gg. Bakti No. Dalam RT.007 RW004, Drajat, Kec. Kesambi, Kota Cirebon.

kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Masalah yang terdapat di konveksi Fours adalah Kualitas produk yang di hasilkan pada konveksi Fours belum maksimal.

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa service quality atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Masalah yang ada di konveksi fours adalah pelayanan yang diberikan pada konveksi Fours belum memenuhi keinginan konsumen sepenuhnya.

loyalitas konsumen adalah komitmen yang dipegang erat oleh konsumen untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada brand yang sama, meskipun konsumen

tersebut mendapatkan pengaruh situasional atau marketing dari kompetitor untuk mengganti brand lain. Masalah yang ada di konveksi Fours adalah sebagian pelanggan Fours belum melakukan pembelian berulang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017: 7), adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian ini juga akan menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2018) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan ini di bagi menjadi 3 bagian diantaranya yaitu: dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dampak kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dan dampak kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

3.1 Dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan hasil nilai sig. sebesar $0,03 < 0,05$ dan nilai thitung $3,050 > t$ -tabel 1.66123, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian maka hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti, itu artinya terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

3.2 Dampak kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan hasil nilai sig sebesar $0,05 < 0,481$ dan nilai t-hitung $-0,707 < t$ -tabel 1.66123, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian maka hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak, itu artinya terdapat tidak berpengaruh antara

Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan(Y).

3.3 Dampak kualitas pelayanan dan produk terhadap loyalitas pelanggan

Hasil dari f-table adalah 2,36. Hasil nilai sig f pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,012 > 0,05 dan f-hitung 4,683 > ftabel 2,36 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil analisis data, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a) Secara parsial terbukti bahwa variabel Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada konveksi Fours
- b) Secara parsial terbukti bahwa variabel Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada konveksi Fours.

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan dapat disimpulkan terbukti bahwa variabel Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) mempunyai pengaruh yang positif secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada konveksi Fours.

DAFTAR PUSTAKA

Azizah L. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. Univ Int Batam UIB Repos. 2021;(2017):5–24.

Kualitas Pelayanan. 2019;6–23. Available from: https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/01/2019.01.23_PLAN-NACIONAL-DE-CANCER_web.pdf

Sabaru WC, Wenas RS, Mandagie Y. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SMARTPHONE VIVO (Pada Mahasiswa Universitas Sam

Ratulangi Manado). J EMBA J Ris Ekon Manajemen, Bisnis dan Akunt. 2022;10(3):340.

Putri NDPD, Novitasari D, Yuwono T, Asbari M. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. J Commun Educ. 2021;15(1):1267–83.

Lestari AT, Iskandar K. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. J Econ Manag. 2021;2(1):1–9.

Asti E, Ayuningtyas E. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. EKOMABIS J Ekon Manaj Bisnis. 2020;1(01):1–14.

Kotler dan Keller. Pengertian kualitas pelayanan dan macam macam dimensi kualitas pelayanan. Pap Knowl Towar a Media Hist Doc. 2016;21 pages.

Khansa RSN. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Purijakarta Barat). J STEI Ekon [Internet]. 2020;20(Xx):8. Available from: <http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal Indo Ratu Syifa-dikonversi.pdf>

Agiesta W, Sajidin A, Piksi Ganesha P. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. J Ilm MEA (Manajemen, Ekon dan Akuntansi). 2021;5(2):1653–64.

Siregar M. Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap Online Shop. J Penelit Pendidikan, Psikol Dan Kesehat. 2021;2(1):83–8.

Samara A, Susanti M. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi DompotDigital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. Jura J Ris Akunt [Internet]. 2023;1(2):249–60. Available from: <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JUR A/article/view/700>

Dewi NN, Rodli AF, Septyan M. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Ecopreneur*12. 2022;5(1):1.

Manao A. Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Salon Lideo. *J Educ Dev.* 2020;8(2):301–3.

Oktavia N, Sume SA, Muniroh L. Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Manag J Ilmu Manaj.* 2020;3(4):503.

Gitama GNDP, Fariza M, Kartika I, Amroni A. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *J Digit.* 2023;13(2):165.