

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi di Kedai Kopipayu Bogor)

Irvan Guruh Fathur Azhari¹, Syahputra²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, irvanazhari@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, syahputra@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research was conducted to determine the effect of product quality on customer loyalty at Kopipayu Shops during the Covid-19 pandemic. The purpose of this research is to find out how product quality was at Kopipayu Shops during the Covid-19 pandemic, to find out how customer loyalty was at Kopipayu Shops during the Covid-19 pandemic, and to find out how much influence product quality had on customer loyalty at Kopipayu Shops during the Covid pandemic -19. This research uses quantitative methods. The type of research used in conducting this research is descriptive research. Sampling was carried out by determining the number of samples using a proportion with a confidence interval approach of 100 people. The data analysis technique used is descriptive analysis and simple linear regression analysis. Based on the research results, the regression coefficient for the product quality variable is 0.451 which means it has a positive effect on customer loyalty, so it can be said that the direction of the influence of product quality variables on customer loyalty variables is positive. The basis for decision making in simple linear regression testing shows a sig value of $0.000 < 0.05$ or a t_count value of $11.103 > ttable 1.98397$. So that the results of these decisions can be taken, namely rejecting H_a and accepting H_0 , then product quality has a significant effect on customer loyalty. The conclusion in this study, product quality at Kopipayu Shop during the Covid- 19 pandemic had a significant influence on customer loyalty so that it was stated in the good category.

Keywords-Product quality, customer loyalty, the covid-19 pandemic

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19. Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana kualitas produk di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19, untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menentukan jumlah sampel menggunakan proporsi dengan pendekatan interval kepercayaan sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh koefisien regresi untuk variabel kualitas produk sebesar 0,451 yang berarti berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas pelanggan adalah positif. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian regresi linear sederhana menunjukkan nilai sig $0,000 < 0,05$ atau nilai thitung sebesar $11,103 > ttabel 1,98397$. Sehingga hasil tersebut keputusan yang dapat diambil yaitu menolak H_a dan menerima H_0 , maka kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulan dalam penelitian ini, kualitas produk di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan sehingga dinyatakan dalam kategori baik.

Kata Kunci-Kualitas produk, loyalitas pelanggan, pandemi covid-19

I. PENDAHULUAN

Era globalisasi abad 21 telah berkembang pesat dan memberikan pengaruh yang cukup besar, nampak dari globalisasi ekonomi, teknologi, data, politik, budaya, serta aspek yang lain yang dialami oleh warga. Budaya Barat dapat lebih gampang masuk ke Indonesia berkat pengaruh globalisasi serta narasi modernisasi yang pula dikira modern oleh sebagian golongan. Bagi Abraham(1991: 7–13), modernisasi diisyarati dengan perpindahan perilaku serta sikap, investasi pembelajaran yang signifikan, revolusi pengetahuan lewat komunikasi, industrialisasi, urbanisasi, sekularisasi, serta teknologi canggih.

Akibat modernisasi, kehidupan berganti jadi lebih sejalan dengan style hidup barat, apalagi terkadang melenyapkan nilai- nilai budaya tradisional. Bangsa- bangsa Barat dikira selaku pusat pertumbuhan kontemporer. Banyaknya komoditas manufaktur yang membagikan kemewahan merata serta langsung menimbulkan orang berperilaku konsumtif ialah kekhawatiran untuk produsen. Dalam warga yang didominasi oleh kapitalisme, mengkonsumsi mempunyai tujuan instan serta simbolik. Produk yang lebih dahulu cuma digunakan buat kebutuhan sekunder saat ini bisa jadi kebutuhan utama.

Diawali dari pemilik kedai Kopipayu yang ingin membuat kedai kopi yang menjual produk kopi premium, membuat kedai Kopipayu juga merupakan pelopor kedai kopi pertama yang berada di daerah perumahan Taman Cimanggu yang lokasinya berada pada kawasan bisnis dengan intensitas cukup padat. Kedai Kopi ini menawarkan suasana tempat yang unik dengan tema minimalis industrial untuk para konsumennya dengan menu khas dari kedai ini berupa kopi yang dikenal dengan nama Kopis. Menu Kopi sendiri cukup dikenal di kalangan pecinta kopi Kota Bogor khususnya di daerah perumahan Taman Cimanggu.

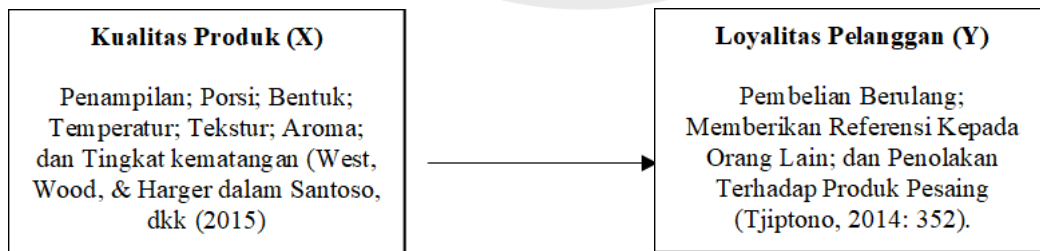
Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang diteliti adalah mengenai kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan pengaruh pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu. Sedangkan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas produk dan loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19 dan juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk kedai Kopipayu terhadap loyalitas pelanggannya.

II. TINJAUAN LITERATUR

Dalam penelitian ini penulis memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan (Studi di Kedai Kopi Payu Bogor).

- A. (Yudho Saputro, 2016) dalam pengaruh kualitas produk indihome telkom terhadap loyalitas pelanggan di forum komunitas cs: *go indonesian community*, dalam penelitiannya menemukan bahwa hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang cukup signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan.
- B. (Riska Asnawi, Nyonyie J.A.F. , Kalangi Lucky F. , Tamengkel, 2019) dalam Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado, dalam penelitiannya menemukan bahwa kualitas produk dan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang positif, dengan artian semakin baik kualitas produk wardah semakin meningkat juga loyalitas pelanggan oleh karena itu produk wardah harus terus meningkatkan kualitasnya dan terus berkembang dalam mencapai loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini pengaruh kualitas produk dari suatu perusahaan dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen dengan timbulnya sikap loyalitas. Pengaruh dari kualitas produk pun merupakan suatu faktor penting dalam melihat loyalitas pelanggan karena memberikan kesan yang baik bagi konsumen setelah membeli produk yang membuat konsumen memiliki keinginan untuk terus melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Maka dari itu dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Model Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Penulis 2022

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas menjelaskan mengenai pengaruh variabel kualitas produk dengan sub variabel yang diuji yaitu keunggulan produk, kehandalan produk, dan kekuatan produk terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan sub variabel yang diuji yaitu pembelian ulang, ketahanan terhadap produk, dan referensi produk.

Hipotesis yang akan penulis buktikan kebenarannya berdasarkan dari teori yang sudah ada dan fenomena yang terjadi pada coffee shop yang menjadi fokus penulis. Sehingga hipotesis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan atau tidak. Sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah digambarkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya yaitu:

Hipotesis 1:

H01 : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

H12 : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

A. Tabel

Tabel 1. KEDAI KOPI DI SEKITAR KEDAI KOPIPAYU DI KOTA BOGOR

No.	Kedai Kopi di sekitar Kedai Kopipayu	Radius
1	Kedai Kopi Nako Yasmin	2,5 km
2	Popolo Coffee Yasmin	2,4 km
3	Janji Jiwa	7,8 km
4	Ototo Coffee	1,4 km

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Tabel 2. KARAKTERISTIK KONSUMEN KEDAI KOPIPAYU

Karakteristik	Kriteria	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	35	61,4
	Perempuan	22	38,6
Usia	17-25 tahun	24	42,1
	26-40 tahun	29	50,9
	>40tahun	4	7,0
Status Pernikahan	Sudah Menikah	17	29,8
	Belum Menikah	40	70,2
Pendidikan Terakhir	SMA/Sederajat	22	38,6
	Sarjana	34	59,6
	Pascasarjana	1	1,8
Pekerjaan	Pegawai Negeri	2	3,5
	Pegawai Swasta	18	31,6
	Wiraswasta	12	21,1
	Guru/Dosen	2	3,5
	Pelajar/Mahasiswa	19	33,3
	Lainnya	4	7,1
Pendapatan per Bulan	<Rp 1.000.000	7	12,3
	Rp. 1.000.000 – Rp 2.499.000	14	24,6
	Rp 2.500.000 – Rp 4.999.999	11	19,3
	>Rp 5.000.000	25	43,9

Karakteristik	Kriteria	Jumlah	Presentase (%)
Frekuensi Kunjungan	1 kali	7	12,3
	2-5 kali	15	26,4
	>5 kali	35	61,4

Sumber: Owner Kedai Kopi Payu (2021)

Tabel 3. PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama dan Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Mochamad Yunus (2015) Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada UKM Bandeng Tandu Kendal)	Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen	Menggunakan metode kuantitatif dan diolah dengan analisis linier berganda	Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa variabel etika bisnis Islam dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada UKM Bandeng Tandu Kendal.	Pada penelitian ini membahas tentang etika bisnis islam dan kualitas produk pada UKM Bandeng Tandu Kendal sedangkan penelitian ini membahas tentang kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
2	Yudho Saputro et,al (2016) pengaruh kualitas produk indihome telkom terhadap loyalitas pelanggan di forum komunitas cs: <i>go indonesian community</i>	Kualitas produk, loyalitas pelanggan	Menggunakan metode kuantitatif dan diolah dengan analisis linier berganda	hasilnya menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang cukup signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan.	Objek penelitian: Indihome & forum komunitas cs: <i>go indonesian community</i>
3	Nila Puspita Sari dan Asmar Yulastri (2020), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Konsumen	Metode penelitian kuantitatif yang diterapkan dalam penelitian ini. Analisis data yang digunakan	Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kopmil Omrio sebesar 24,4%. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap	Pada jurnal ini dibahas pula mengenai harga terhadap citra perusahaan. Objek penelitian: perusahaan Sari Jati

No	Nama dan Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Konsumen di Kopmil Omrio.		yaitu analisis regresi linier berganda.	loyalitas konsumen di Kopmil Omrio sebesar 23,2%. Koefisien determinasi berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kopmil Omrio sebesar 71,1%.	Kabupaten Sragen.
4	Riva Fergian dan Amarul (2016), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	Menggunakan Metode kuantitatif dengan analisis data Menggunakan analisis regresi linear berganda.	kualitas produk merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian. the Body Shop adalah perusahaan yang menyediakan produk-produk kosmetik yang aman dan pelopor dari green marketing.	Memiliki variabel independen yang lebih banyak yaitu persepsi harga. Jumlah sampel sebesar 83 orang.
5	Yovan Reinaldo dan Oey Ricky Santoso (2015), Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan de'Excelso Surabaya Town Square	Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	Menggunakan Metode kuantitatif dengan analisis data Menggunakan analisis regresi linear berganda.	Hasil analisis pemodelan persamaan structural mengungkapkan bahwa standar etika yang lebih tinggi. mengarahkan konsumen untuk memahami bahwa perusahaan mendorong kepuasan dan kepercayaan yang lebih agar membuat konsumen tetap loyal.	Tempat dan objek penelitian yang berbeda.

Sumber: Olahan Penulis (2022)

Tabel 4. OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No. Item	Skala
Kualitas Produk (X)	Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu	1. Warna	1, 2	Ordinal
		2. Penampilan	3, 4	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	No. Item	Skala	
	barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. (Assauri dalam Arum Sari (2012: 45)	3. Porsi	5, 6	Ordinal	
		4. Bentuk	7, 8	Ordinal	
		5. Temperatur	9, 10	Ordinal	
		6. Suhu	11, 12	Ordinal	
		7. Aroma	13, 14	Ordinal	
		8. Tingkat Kematangan	15, 16	Ordinal	
		West, Wood, & Harger dalam Santoso, dkk (2015)			
		Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. loyalitas pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu. (Rolyana, 2021)	1. Pembelian Berulang	1 2 3 4
2. Memberikan Referensi Kepada Orang Lain	5 6			Ordinal	
3. Penolakan Terhadap Produk Pesaing	7 8 9			Ordinal	
Tjiptono (2014: 352)					

Sumber: hasil olah penelitian (2022)

Tabel 5. BOBOT PENGUKURAN KUESIONER

Interpretasi	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Normal/Sedang (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Silalahi (2017: 349)

Tabel 6. DISTRIBUSI JENIS KELAMIN RESPONDEN

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	64 orang	64%
Perempuan	36 orang	36%
Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data olahan penelitian (2022)

Tabel 7. DISTRIBUSI TINGKATAN USIA RESPONDEN

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	5 orang	5%
21 – 30 tahun	50 orang	50%
31 – 40 tahun	43 orang	43%
> 40 tahun	2 orang	2%
Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data olahan penelitian (2022)

Tabel 8. DISTRIBUSI JENIS PEKERJAAN RESPONDEN

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pembuat Konten	2 orang	2%
Perancang	2 orang	2%
Pengusaha	2 orang	2%
Juru Potret	7 orang	7%
Baru Lulus	1 orang	1%
Wanita Karir	12 orang	12%
Karyawan Swasta	23 orang	23%
Mahasiswa	15 orang	12%
MUA	2 orang	2%
PNS	6 orang	6%
Penulis	1 orang	1%
Penyanyi	2 orang	2%
Wisatawan	2 orang	2%
Wiraswasta	23 orang	23%
Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data olahan penelitian (2022)

Tabel 9. HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK (X)

No. Soal	r_{hitung}	r_{tabel} 0,05 (100)	Keterangan
1	0,870	0,361	Valid
2	0,906	0,361	Valid
3	0,722	0,361	Valid
4	0,771	0,361	Valid

No. Soal	r _{hitung}	r _{tabel} 0,05 (100)	Keterangan
5	0,846	0,361	Valid
6	0,825	0,361	Valid
7	0,803	0,361	Valid
8	0,749	0,361	Valid
9	0,681	0,361	Valid
10	0,841	0,361	Valid
11	0,634	0,361	Valid
12	0,740	0,361	Valid
13	0,767	0,361	Valid
14	0,531	0,361	Valid
15	0,716	0,361	Valid
16	0,716	0,361	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 21.0

Tabel 10. HASIL UJI VALIDITAS LOYALITAS PELANGGAN (Y)

No. Soal	r _{hitung}	r _{tabel} 0,05 (100)	Keterangan
1	0,601	0,361	Valid
2	0,611	0,361	Valid
3	0,660	0,361	Valid
4	0,658	0,361	Valid
5	0,595	0,361	Valid
6	0,612	0,361	Valid
7	0,579	0,361	Valid
8	0,823	0,361	Valid
9	0,797	0,361	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 21.0

Tabel 11. HASIL UJI RELIABILITAS KUALITAS PRODUK (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.965	16

Sumber: Data olahan SPSS 21.0

Tabel 12. HASIL UJI RELIABILITAS LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	9

Sumber: Data olahan SPSS 21.0

Tabel 13. HASIL TEST RESPONDEN TENTANG KUALITAS PRODUK (X)

No.	Butir Soal	Jawaban					Jumlah Responden
		STS	TS	N	S	SS	
1	1	0	0	30	51	19	100
2	2	0	0	42	47	11	100
3	3	0	0	20	61	19	100
4	4	0	0	16	58	26	100
5	5	0	0	29	50	21	100
6	6	0	0	30	52	18	100
7	7	0	0	33	51	16	100
8	8	0	0	60	36	4	100
9	9	0	1	59	35	5	100
10	10	0	0	54	41	5	100
11	11	0	23	67	8	2	100
12	12	0	0	79	19	2	100
13	13	0	0	26	65	9	100
14	14	0	0	17	67	16	100
15	15	0	0	61	33	6	100
16	16	0	0	65	31	4	100
Jumlah		0	24	688	705	183	1600
Persentase %		0,00	1,50	43,00	44,06	11,44	100

Sumber: Data olahan penelitian (2022)

Tabel 14. HASIL TEST RESPONDEN TENTANG LOYALITAS PELANGGAN (Y)

No.	Butir Soal	Jawaban					Jumlah Responden
		STS	TS	N	S	SS	
1	1	0	0	18	66	16	100
2	2	0	19	56	25	0	100
3	3	0	14	36	43	7	100
4	4	0	2	41	45	12	100
5	5	0	0	6	62	32	100
6	6	0	0	6	63	31	100
7	7	0	0	34	58	8	100
8	8	0	8	50	37	5	100
9	9	0	5	52	37	6	100
Jumlah		0	48	299	436	117	900
Persentase %		0,00	5,33	33,20	48,40	13,00	100

Sumber: Data olahan penelitian (2022)

Tabel 15. HASIL UJI NORMALITAS DATA

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N	100
---	-----

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.47794748
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.038
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Sumber: Data olahan SPSS 21.0

Tabel 16. HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744 ^a	.554	.549	.48038

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk
- b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data olahan SPSS 21.0

Tabel 17. HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.920	.292	
	Kualitas Produk	.783	.071	.744

- a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data olahan SPSS 21.0

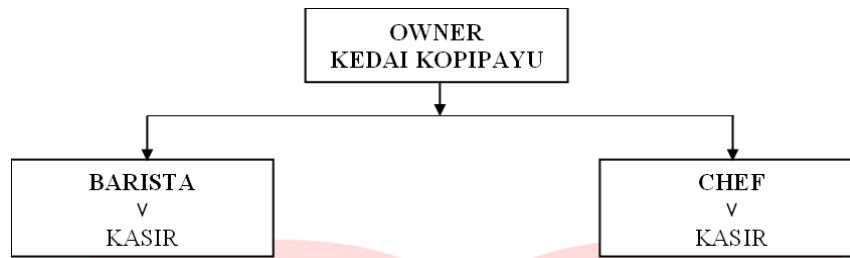
Tabel 18. HASIL UJI SIGNIFIKANSI PARSIAL (Uji t)

Coefficients^a

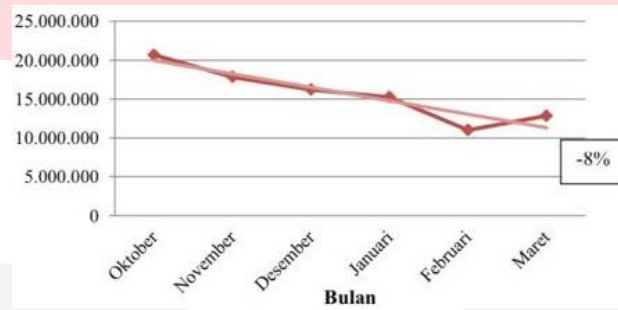
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.920	.292		3.151	.002
	Kualitas Produk	.783	.071	.744	11.027	.000

- a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

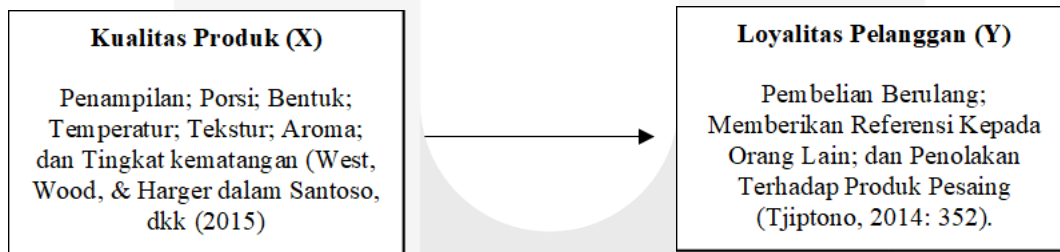
B. Gambar



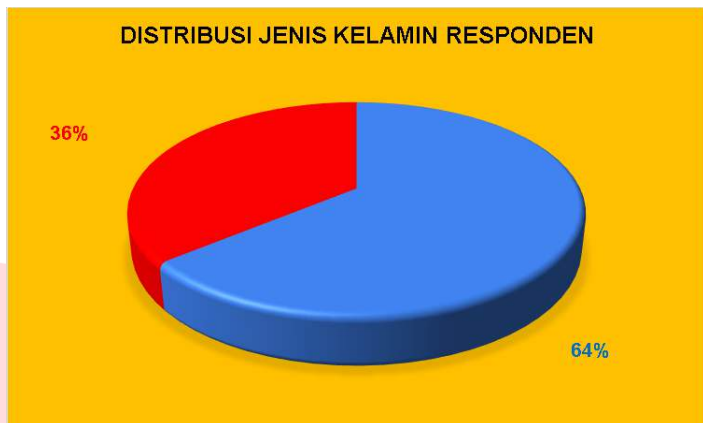
Gambar 1. Struktur Organisasi Kedai Kopiayu
 Sumber: Owner Kedai Kopiayu, 2021



Gambar 2. Omzet Kedai Kopiayu (Oktober 2020 – Maret 2021)
 Sumber: Owner Kedai Kopiayu, 2021



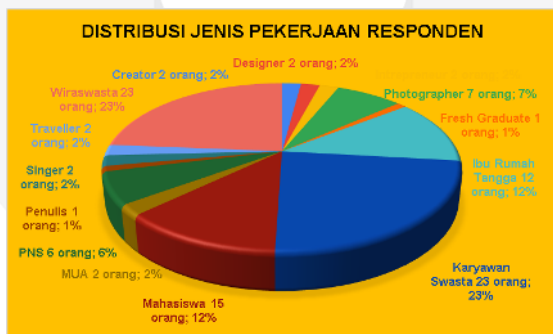
Gambar 3. Model Kerangka Pemikiran
 Sumber: Olahan Penulis 2022



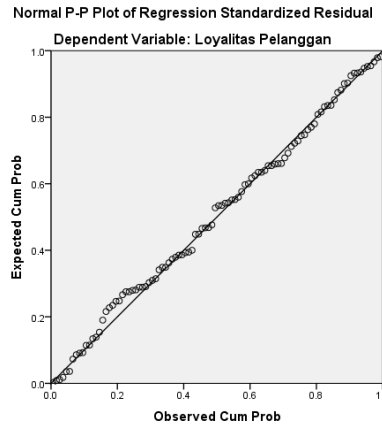
Gambar 4. Diagram Distribusi Jenis Kelamin Responden
Sumber: Data olahan penelitian (2022)



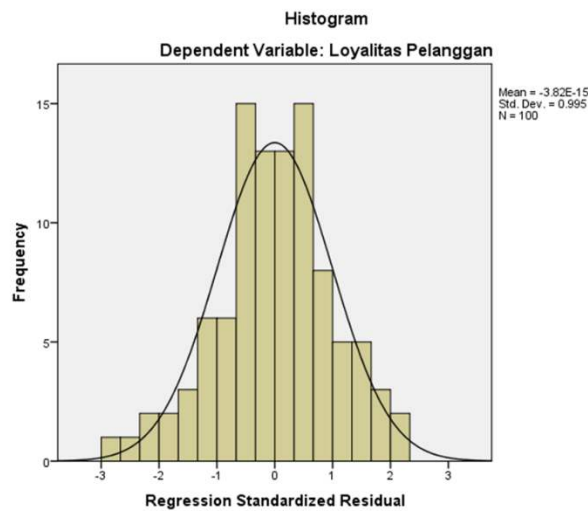
Gambar 5. Diagram Distribusi Tingkatan Usia Responden
Sumber: Data olahan penelitian (2022)



Gambar 6. Diagram Distribusi Jenis Pekerjaan Responden
Sumber: Data olahan penelitian (2022)



Gambar 7. Uji Normalitas Probability Plot (P-Plot)
 Sumber: Data olahan SPSS 21.0



Gambar 8. Grafik Histogram Uji Normalitas
 Sumber: Data olahan SPSS 21.0

C. Persamaan

$$n = \frac{\mu(1 - \mu)z^2}{D^2} \tag{1}$$

$$n = \frac{0,5(1 - 0,5)1,96^2}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 97$$

Keterangan:
 n = jumlah sampel
 μ = proporsi
 z = konstanta = 1,96
 D = limit eror

(2)

$$Y = a + \beta_1 X_1 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Nilai konstanta (parameter intercept)

β = Koefisien regresi

X = variabel independen

e = error (residu)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan strategi kuantitatif. Sujarweni(2015: 39) menyatakan jika strategi kuantitatif merupakan sejenis peninjauan yang menciptakan pengungkapan yang bisa diperoleh dengan menggunakan metode faktual maupun tata cara ditaksir yang berbeda. Penelitian ini ingin menguji hubungan antara kualitas produk sebagai variabel bebas dengan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Jenis penelitian yang dilakukan penulis dalam membuat penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Bahri (2018:16) penelitian deskriptif adalah penelitian yang diharapkan dapat menggambarkan apa yang sedang terjadi atau objek yang menjadi perhatian dalam kegiatan penelitian yang sistematis.

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala ordinal dengan menggunakan metode skala Likert. Menurut Silalahi (2017: 431) menyatakan bahwa skala ordinal digunakan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan yang hasilnya dapat dilakukan suatu pengukuran, sedangkan skala Likert menurut Silalahi (2017: 348) adalah teknik pengskalaan yang digunakan untuk mengukur persepsi seseorang tentang dirinya atau kelompok yang berhubungan dengan suatu hal.

Pada penelitian ini populasi yang akan digunakan yaitu semua konsumen yang pernah membeli produk yang ditawarkan oleh kedai Kopipayu dengan minimal 2x pembelian, dan jumlah sampel yang diperlukan oleh peneliti yaitu sebanyak 97 sampel. Namun, penulis membulatkan menjadi 100 sampel dikarenakan lebih proporsi. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan merupakan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 100 responden, yaitu mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kedai Kopipayu.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuisisioner. Penjelasan mengenai metode kuisisioner dijelaskan oleh Bahri (2018: 85) yang menyatakan bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach Alpha, reliabilitas < 0,6 berarti tidak layak digunakan sebagai instrumen ukuran dan > 0,7 berarti layak digunakan sebagai instrumen ukuran penelitian (Silalahi, 2017: 471).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil tanggapan dari responden pada variabel-variabel yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut.

A. Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk ialah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang itu atau hasil itu dimaksudkan yang sebagaimana indikatornya meliputi warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, suhu, aroma, dan tingkat kematangan.

Hasil penelitian kualitas produk di Kedai Kopipayu yang dilaksanakan pada bulan september hingga oktober 2022 dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1. HASIL TEST RESPONDEN TENTANG KUALITAS PRODUK (X)

No.	Butir Soal	Jawaban					Jumlah Responden
		STS	TS	N	S	SS	
1	1	0	0	30	51	19	100
2	2	0	0	42	47	11	100
3	3	0	0	20	61	19	100
4	4	0	0	16	58	26	100
5	5	0	0	29	50	21	100
6	6	0	0	30	52	18	100
7	7	0	0	33	51	16	100
8	8	0	0	60	36	4	100
9	9	0	1	59	35	5	100
10	10	0	0	54	41	5	100
11	11	0	23	67	8	2	100
12	12	0	0	79	19	2	100
13	13	0	0	26	65	9	100
14	14	0	0	17	67	16	100
15	15	0	0	61	33	6	100
16	16	0	0	65	31	4	100
Jumlah		0	24	688	705	183	1600
Persentase %		0,00	1,50	43,00	44,06	11,44	100

Sumber: Data olahan penelitian (2022)

Deskripsi variabel kualitas produk (X) terlihat bahwa kualitas produk dalam kategori Baik yaitu 44,06%. Berdasarkan hasil tanggapan responden yaitu 11,44% responden menyatakan Sangat Setuju (SS), 44,06% responden menyatakan Setuju (S), 43,00% responden menyatakan Netral (N), 1,50% responden menyatakan Tidak Setuju (TS), 0,00% responden menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini berarti hasil kuesioner tersebut mengenai kualitas produk di Kedai Kopipayu berlangsung dengan Baik.

B. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan ialah kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu yang sebagaimana indikatornya meliputi pembelian berulang, memberikan referensi kepada orang lain, dan penolakan terhadap produk pesaing.

Hasil penelitian loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu yang dilaksanakan pada bulan september hingga oktober 2022 dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2. HASIL TEST RESPONDEN TENTANG LOYALITAS PELANGGAN (Y)

No.	Butir Soal	Jawaban					Jumlah Responden
		STS	TS	N	S	SS	
1	1	0	0	18	66	16	100
2	2	0	19	56	25	0	100
3	3	0	14	36	43	7	100
4	4	0	2	41	45	12	100
5	5	0	0	6	62	32	100
6	6	0	0	6	63	31	100
7	7	0	0	34	58	8	100
8	8	0	8	50	37	5	100
9	9	0	5	52	37	6	100

No.	Butir Soal	Jawaban					Jumlah Responden
		STS	TS	N	S	SS	
	Jumlah	0	48	299	436	117	900
	Persentase %	0,00	5,33	33,20	48,40	13,00	100

Sumber: Data olahan penelitian (2022)

Deskripsi variabel loyalitas pelanggan (Y) terlihat bahwa loyalitas pelanggan dalam kategori Baik yaitu 48,40%. Berdasarkan hasil tanggapan responden yaitu 13,00% responden menyatakan Sangat Setuju (SS), 48,40% responden menyatakan Setuju (S), 33,20% responden menyatakan Netral (N), 5,33% responden menyatakan Tidak Setuju (TS), 0,00% responden menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS). Hal ini berarti hasil kuesioner tersebut mengenai loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu berlangsung dengan Baik.

Berdasarkan hasil analisis data dapat dibahas tentang pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu Kota Bogor. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai berikut:

1. Terlihat dari nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima atau jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 di tolak. Dengan demikian berdasarkan hasil pengolahan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov Z*, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X) = 0,200 yang artinya lebih besar $> 0,05$ maka populasi terdistribusi normal.
2. Terlihat dari hasil grafik *Normal Probability Plots* dapat disimpulkan bahwa garis diagonal dalam grafik tersebut menggambarkan keadaan ideal dari data-data yang mengikuti distribusi normal. Pola grafik normal dengan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan data tersebut terdistribusi normal.
3. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *R square* (R^2) sebesar 0,554 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan yang kuat antara kualitas produk (X) dengan loyalitas pelanggan (Y). Nilai *R square* 0,554 artinya bahwa variabel bebas (kualitas produk) mampu menjelaskan variabel terikat (loyalitas pelanggan) sebesar 55,4% dan sisanya 44,6% variabel loyalitas pelanggan dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.
4. Hasil regresi diketahui kualitas produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,783. Dengan demikian mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan kualitas produk sebesar 1%, maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,783. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan kualitas produk akan mempengaruhi dalam loyalitas pelanggan, karena dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dibutuhkan kualitas produk yang baik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil analisis data penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dapat ditarik kesimpulan yaitu:

- A. Kualitas produk di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa kualitas produk dalam kategori Baik yaitu 44,06%. Berdasarkan hasil tanggapan responden yaitu 44,06% responden menyatakan Setuju (S).
- B. Loyalitas pelanggan di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dalam kategori Baik yaitu 48,40%. Berdasarkan hasil tanggapan responden yaitu 48,40% responden menyatakan Setuju (S).
- C. Kualitas produk di Kedai Kopipayu selama pandemi Covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Hal ini berlandaskan pada hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh nilai *R square* sebesar 0,554 yaitu pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 55,4% dan regresi linier sederhana yaitu kualitas produk sebesar 0,783 yang berarti berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan.

Saran dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebagai berikut:

- A. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, maka pihak kedai Kopipayu harus dapat mempertahankan agar konsumen menjadi

semakin loyal dengan cara mempertahankan kualitas produk sehingga konsumen akan tetap loyal dan tidak akan beralih ke produk yang lain.

- B. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan jumlah variabel yang akan diteliti misalnya menambahkan variabel harga sehingga diharapkan hasil yang didapat lebih akurat dan bervariasi.
- C. Untuk penelitian selanjutnya dalam pembuatan kuesioner sebaiknya menggunakan pertanyaan yang lebih mudah, sederhana dan cepat dipahami sehingga responden tidak ragu dalam menentukan pilihan jawaban

REFERENSI

- Ayu A.W., I Ketut R. & Agung K.G. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia*. Skripsi. Denpasar: Universitas Udayana.
- Abraham, M. Francis. (1991). *Modernisasi Di Dunia Ketiga: Suatu Teori Umum Pembangunan*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Abbey J.R. (2003). *Hospitality Sales and Marketing. Fourth Edition*. Michigan: Education Institute of American Hotel & Motel Association.
- Arumsari, Dheany. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*. Universitas Diponegoro.
- Assauri S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. (2001). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Cintya D. & Wahyono W. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Negeri Semarang.
- Daniel I N.R., I Wayan S. & Ni Nyoman R.R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Databoks.katadata.co.id. (2018). *Databoks Indonesia Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton* [akses pada 2022 maret 8].
- _____. (2019). *Databoks Indonesia Negara Tujuan dengan Nilai Ekspor Kopi Terbesar Indonesia* [akses pada 2020 oktober 8].
- Dharmmesta, Basu Swastha. 1999. *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No. 3, Tahun 1999.
- Eunil P., Ki Joon K. & Sang J.K. (2017). *Corporate Social Responsibility as A Determinant of Consumer Loyalty: An Examination Of Ethical Standard, Satisfaction, And Trust*. Hongkong: Journal of Business Research.
- Ida A.I & I. Made J. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Jessica O.K. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eighteenth Coffee*. Universitas Kristen Petra.
- Keller K.L., Kotler P. (2008). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller K.L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- _____. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke-12. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong & Garry (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, Jakarta.
- Lily H. & Lusya O.S (2019). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Livia V.S. & Sabrina O.S. (2016). *Factor Affecting Customers Loyalty of Fitness Centers: An Empirical Study*. Universitas Negeri Semarang.
- LPM Aksara. (2019). *Fakultas Warung Kopi* H. 56. [akses pada 12 Februari 2020].
- Mangkunegara & Prabu Anwar (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Cetakan Kedua. PT. Refika Aditama Bandung.
- Mardalis, Ahmad. (2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 9 No. 2.
- Peter H., Bambang S., Djahmur H., & M. Riza F. (2014). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty (Survey on Customer Brand Sharp Electronic Product at The South Kalimantan Province)*.

- Piliang, Yasraf Amir. 2010. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rolyana F., Rahman T. & Bonaraja P. (2021). *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Riska A.N., J.A.F. Kalangi, & Lucky F.T. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado*. Universitas Sam Ratulangi.
- Schiffman & Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Septiana N.D. (2014). *Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Perusahaan Dan Kepuasan Konsumen Berdampak Pada Loyalitas Perusahaan Sari Jati Kabupaten Sragen*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Utami, Christina W. (2010). *Manajemen Ritel. Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Winardi & Suparwarman. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Yudho S., Nining L. & Riza H. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Indihome Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan di Forum Komunitas Cs: Go Indonesian Community*. Politeknik Negeri Jakarta.

