
JEKOBIS : Jurnal Ekonomi dan Bisnis

http://ejournal.ubibanyuwangi.ac.id/index.php/jurnal_jekobis

PENINGKATAN LOYALITAS KONSUMEN YANG BERBASIS KUALITAS PRODUK

Maula Nasrifah

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo,
Jawa Timur**

Email: nasrifahmaula@gmail.com

Abstrak | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian studi literatur yang bersumber dari teori dan jurnal-jurnal penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas produk, Loyalitas Pelanggan

Abstract | *This study aims to determine the effect of product quality on customer loyalty. This research is a literature study that originates from theory and relevant previous research journals. The results showed that product quality has a positive and significant effect on customer loyalty.*

Keywords: *Product Quality , Customer Loyalty*

Pendahuluan

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini semakin mengalami peningkatan yang sangat pesat. Perkembangan ini menyebabkan setiap perusahaan harus mampu untuk bersaing dengan perusahaan kompetitornya untuk tetap bertahan. Berbagai cara harus dilakukan agar perusahaan tetap dapat beroperasi dengan baik dan mampu mempertahankannya para konsumennya. Menurut Kotler & Keller (2015), apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, pastinya ingin membeli produk kembali. Pelanggan yang puas juga cenderung mengatakan hal-hal baik tentang merek. Sebaliknya, konsumen yang kecewa mungkin mengabaikan atau mengembalikan produk. Konsumen pastinya mencari informasi yang memastikan nilai produk yang tinggi. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumennya adalah dengan menjaga kepuasan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2015) sebuah perusahaan dikatakan bijaksana apabila mampu mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena faktor terpenting dalam mempertahankan konsumen adalah kepuasan. Konsumen yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk- produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek kompetitor dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani konsumen ini daripada pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin.

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Kotler & Armstrong (2018) mendefinisikan kualitas produk sebagai evaluasi menyeluruh konsumen atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Apabila perusahaan dapat memberikan atau menawarkan produk yang berkualitas, maka perusahaan akan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Seorang konsumen akan merasa puas biasanya

dikarenakan adanya pengalaman melakukan pembelian terhadap suatu produk yang dikonsumsi atau digunakan. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan seorang pelanggan yang digambarkan setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas pelanggan akan muncul ketika pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang kali terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Tjiptono (2015) berpendapat bahwa loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor penting terhadap kelangsungan perkembangan perusahaan dan meningkatkan penjualan perusahaan. Usaha di bidang makanan akan mendapatkan keuntungan yang besar ketika mampu menciptakan kepuasan dalam setiap pelanggan, pelanggan yang merasa puas akan membentuk loyalitasnya terhadap perusahaan.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian studi literatur yang bersumber dari teori dan jurnal-jurnal penelitian terdahulu yang relevan. Menurut Danial dan Wasriah (2009), studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku, jurnal, artikel, dan majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Kualitas harus dimulai dari memenuhi kebutuhan konsumen dan diakhiri dengan menghasilkan persepsi konsumen, hal itu berarti bahwa pemberian kualitas yang baik dapat membuat konsumen menjadi percaya akan suatu produk. Kualitas produk dapat

didefinisikan sebagai suatu tindakan atau aktifitas yang tidak terlihat yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara perusahaan dan konsumen yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Tjiptono (2015) berpendapat bahwa loyalitas konsumen adalah pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali. Loyalitas konsumen menjadi salah satu faktor penting terhadap kelangsungan perkembangan perusahaan dan meningkatkan penjualan perusahaan. Usaha di bidang makanan akan mendapatkan keuntungan yang besar ketika mampu menciptakan kepuasan dalam setiap konsumen, konsumen yang merasa puas akan membentuk loyalitasnya terhadap perusahaan. Loyalitas konsumen akan menjadi kunci sukses tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas konsumen memiliki nilai strategik bagi perusahaan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen.

Loyalitas konsumen adalah salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Jika perusahaan memiliki seorang konsumen yang loyal maka hal tersebut dapat menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Seorang konsumen dikatakan loyal apabila konsumen tersebut mempunyai komitmen yang kuat untuk membeli dan mengkonsumsi produk tersebut secara rutin meskipun terjadi kenaikan harga dari produk tersebut dan dia tidak akan terpengaruh dengan hal tersebut. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan. Definisi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide (Kotler & Keller, 2015). Menurut Kotler & Armstrong (2018), kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa. Kualitas Produk memiliki hubungan dengan Loyalitas

Pelanggan. Kualitas produk adalah karakteristik dari sebuah produk yang diberikan kepada pelanggan. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang kuat oleh pelanggan sehingga kembali membeli produk. Jika sebuah perusahaan menawarkan produk dengan kualitas yang baik yang dapat memenuhi kepuasan pelanggannya maka akan mempengaruhi kemungkinan terjadinya pembelian kembali terhadap produk tersebut sehingga terjdilah loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut. Loyalitas konsumen adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi.

Menurut Kotler & Armstrong (2018), kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dalam hal ini dapat dilihat dari keseluruhan ciri yang menonjol dan karakteristik dari produk yang dapat memuaskan pelanggannya. Semakin baik kualitas produk yang dijual oleh perusahaan, maka loyalitas konsumen akan semakin terjaga. Hubungan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan telah diteliti oleh Dwi Wahyuni (2017) dan Nyonyie et al. (2019), dengan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pendapat yang dikemukakan oleh Firli & Stiawan (2021), Prabowo & Mahfudz (2021), Arianto & Febrian (2022) serta Mahanani & Alam (2022) juga menunjukkan hasil yang sama, yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk yang dijual oleh perusahaan, maka loyalitas konsumen akan semakin tinggi pula. Sebaliknya, apabila kualitas produk yang dijual oleh perusahaan semakin rendah, maka loyalitas konsumen akan semakin rendah pula.

Kesimpulan

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk yang dijual oleh perusahaan, maka loyalitas konsumen akan semakin tinggi pula. Sebaliknya, apabila kualitas produk yang dijual oleh perusahaan semakin rendah, maka loyalitas konsumen akan semakin rendah pula.

Daftar Referensi

- Alam, I. K., & Mahanani, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 11–21. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>
- Arianto, N., & Febrian. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT GV. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 4(3), 457–464. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/20135>
- Danial, & Wasriah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Firli, T. A., & Stiawan, D. (2021). Kualitas Produk Dan Pelayanan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Islamic Economics I*, 6.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25123.18-24>
- Prabowo, A. S. A., & Mahfudz. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Informasi Produk Terhadap Loyalitas pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan CV. Lautan Mas Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(5), 1–15.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.