

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

(Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)

Dita Putri Anggraeni

Srikandi Kumadji

Sunarti

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

Email: ditaputrianggraeni88@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to explain the effect of product quality on customer satisfaction and customer loyalty. This type of research is explanatory associative with quantitative approach. Population in this research is all customer ever bought nasi rawon in sakinah restaurant and was visited more than twice. The sample used in this research was 102 people chosen with purposive sampling. Analysis of data used descriptive analysis and path analysis. The result of path analysis shows that that product quality significantly influence to the customer satisfaction and customer loyalty, and customer satisfaction significantly to customer loyalty, with a p-value ($p < 0.05$). Based on this research's result the owner of sakinah restaurant have to keep and increase the quality from taste, size of product, the optional food varians till halal guaranty for all food. The owner have to do it to make the customer satisfied and will come in future.

Keyword : Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan yang telah berkunjung dan melakukan transaksi pembelian Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah minimal dua kali atau lebih. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 102 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil analisis jalur (*path analisis*) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai *p-value* ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil penelitian ini sebaiknya pemilik Rumah Makan Sakinah terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk mulai dari cita rasa, porsi yang pas, variasi lauk yang ditawarkan sampai memberikan jaminan halal bagi produk yang ditawarkan, hal ini dilakukan agar pelanggan terus merasa puas dan akan kembali dimasa yang akan datang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada masa sekarang ini dunia usaha mengalami perkembangan yang sangat pesat hal ini disebabkan adanya ide kreatif dan inovatif yang selalu diciptakan oleh para pengusaha seiring dengan berkembangnya ide tersebut konsep pemasaran turut mengalami perkembangan. Peran pemasaran sekarang ini sangat penting sebagai penunjang kemampuan suatu usaha yang digeluti agar tepat terus bertumbuh. Pada dasarnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, dimana tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri harus dipikirkan jauh hari sebelumnya agar tepat menentukan strategi dan tepat dalam menarik pelanggan yang akan dituju sebagai sasaran penjualan.

Salah satu bidang usaha yang sekarang ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah dibidang makanan salah satunya yaitu banyak bermunculannya rumah makan. Rumah makan saat ini sudah menjadi incaran banyak konsumen untuk dijadikan ajang berkumpul dengan keluarga, saudara dan teman. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha yang bergerak dibidang makanan untuk terus mengembangkan usahanya. Sekarang ini konsumen penggemar makanan memilih suatu produk bukan hanya dilihat dari kemasan atau cita rasa yang diberikan dari suatu produk tersebut. Konsumen akan memberikan penilaian tersendiri terhadap produk yang akan dipilih sebelum melakukan atau memutuskan suatu pembelian, oleh karena itu produsen atau pengusaha dibidang makanan sekarang ini perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan demi menunjang penjualan produk.

“Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan” (Kotler dan Keller 2009: 143). Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menawarkan kualitas akan menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan.

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Penjelasan mengenai kualitas produk yang sudah dikemukakan tersebut dapat dinyatakan bahwa apabila perusahaan dapat memberikan atau menawarkan produk makanan yang berkualitas, maka perusahaan akan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Seorang pelanggan 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. 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.

Pasuruan dikenal sebagai salah satu daerah kawasan wisata religi, maka tidak heran jika banyak sekali pengunjung yang sengaja datang ke Pasuruan untuk berziarah ke makam KH. Abdul Hamid yang berada tepat di belakang masjid Agung Al Munawar Pasuruan. Banyaknya pengunjung yang datang setiap hari menjadikan Pasuruan tempat yang potensial untuk mendirikan suatu usaha, sehingga sekarang ini semakin banyak bermunculan usaha baru yang menimbulkan persaingan ketat dengan pesaing sejenis. Salah satu bidang usaha yang menarik perhatian konsumen yaitu usaha dibidang makanan misalnya saja seperti rumah makan. Pasuruan memiliki banyak pilihan rumah makan yang menyediakan berbagai makanan khas Indonesia salah satunya yaitu nasi rawon.

Salah satu tempat di Jawa Timur yang menyuguhkan kelezatan nasi rawon adalah Kota Pasuruan. Nasi rawon yang ada di Kota Pasuruan

memiliki ciri khas yang cukup berbeda dengan nasi rawon yang ada di daerah-daerah lain. Nasi rawon di Kota Pasuruan disuguhkan dengan berbagai pilihan lauk misalnya yang paling populer yaitu sate komoh. Sate komoh adalah sate dari daging sapi yang berukuran besar hampir mirip dengan empal namun saja berbumbu basah dan kemudian dibakar di bara arang. Makanan khas dari Jawa Timur ini dapat ditemukan di berbagai rumah makan di Kota Pasuruan misalnya yang paling populer di Rumah Makan Sakinah.

Rumah Makan Sakinah merupakan salah satu tempat yang menjual nasi rawon dengan kualitas makanan yang unggul dibanding pesaing. Rumah Makan Sakinah memiliki kualitas produk lebih baik diantara produk pesaing misalnya dari segi produk Rumah Makan Sakinah terkenal dengan ukuran lauk yang besar, dan cita rasa dari nasi rawon yang terbilang enak. Rumah Makan Sakinah memiliki lokasi yang cukup strategis yaitu di Jalan Kartini No. 80 Kota Pasuruan, lokasi ini dekat dengan alun-alun Kota Pasuruan. Rumah Makan Sakinah menyediakan berbagai menu yang bisa dijadikan pilihan konsumen misalnya gule kambing, nasi campur, nasi rawon dan berbagai pilihan lauk yang disediakan, namun yang paling populer yaitu nasi rawon dihidangkan bersama sate komo. Banyaknya menu yang ditawarkan Rumah Makan Sakinah menjadikan kualitas produk sangat diutamakan untuk memuaskan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan?

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2004: 354) “kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan”. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar.

Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008: 25), ada delapan dimensi kualitas produk yang dikembangkan dan

dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Keistimewaan Tambahan (*Features*)
- 3) Keandalan (*Reliability*)
- 4) Kesesuaian (*Conformance*)
- 5) Daya Tahan (*Durability*)
- 6) Kemampuan pelayanan (*Serviceability*)
- 7) Estetika (*Aesthetics*)
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*)

Kepuasan Pelanggan

Konsep pemasaran menekankan pentingnya kepuasan pelanggan dalam menunjang keberhasilan suatu perusahaan demi mewujudkan tujuan yang diharapkan. Secara sederhana, kepuasan pelanggan terhadap produk tertentu merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan pelanggan terhadap tingkat manfaat yang ditawarkan dengan tingkat manfaat yang diharapkan. Menurut Kotler dan Keller (2009: 138) “kepuasan pelanggan (*satisfaction*) adalah ungkapan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kenyataan yang diperoleh”. Menurut Yamit (2004: 78) “kepuasan pelanggan adalah ungkapan perasaan pelanggan yang muncul dari hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang didapatkan dengan apa yang diharapkan”.

Loyalitas Pelanggan

Salah satu acuan suatu perusahaan yang tetap ingin bertahan hidup dalam usaha yang sedang dijalankan adalah pelanggan-pelanggan yang loyal. Menurut Kotler (2008: 138) “loyalitas adalah sebuah komitmen yang dimiliki pelanggan untuk melakukan pembelian kembali barang atau jasa di masa mendatang meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang nanti menyebabkan pelanggan beralih”. Oliver dalam Hurriyati (2008: 129) menjelaskan bahwa “loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan dalam bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian secara berulang”.

Karakteristik Loyalitas Pelanggan

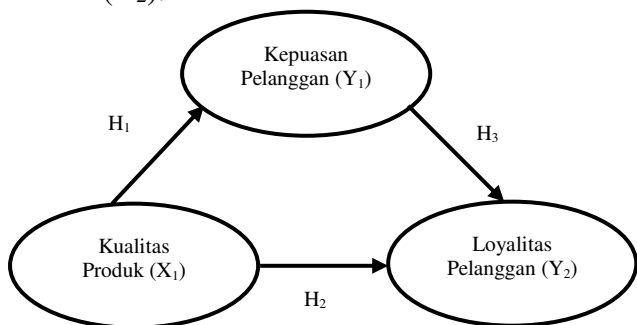
Karakteristik pelanggan yang loyal menurut Griffin (2005: 31) yaitu :

- 1) Melakukan pembelian secara teratur.
- 2) Membeli diluar lini atau jasa.
- 3) Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan dan tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya.

- 4) Menolak ditawarkan produk lain.
- 5) Merekomendasikan kepada orang lain.

Hipotesis

- H₁ : Kualitas produk (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y₁).
- H₂ : Kualitas produk (X₁) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y₂).
- H₃ : Kepuasan pelanggan (Y₁) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y₂).



Gambar 1. Model Hipotesis

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan yang telah berkunjung dan melakukan transaksi pembelian Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah minimal dua kali atau lebih. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 102 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 52 orang responden berjenis kelamin laki-laki, dan 50 orang responden berjenis kelamin perempuan. Dalam penelitian ini sebagian besar responden berumur dibawah 39 tahun yang berkisar antara 19 sampai 38 tahun yang berjumlah 75 orang pelanggan. Rsponden yang datang ke Rumah Makan Sakinah mayoritas adalah masyarakat sekitar Pasuruan sendiri yaitu sebanyak 91 orang responden. Tingkat pendidikan terakhir mayoritas pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah yaitu sekolah menengah atas (SMA) sebanyak 52 orang responden. Pelangan nasi rawon di Rumah

Makan Sakinah mayoritas berprofesi sebagai karyawan swasta yaitu sebanyak 31 orang responden. Diketahui juga dalam penelitian ini mayoritas responden sudah datang ke Rumah Makan Sakinah lebih dari 6 kali sebanyak 62 orang responden dan rata-rata uang yang dikeluarkan untuk setiap kali berkunjung yaitu Rp.50.000 sampai dengan kurang dari Rp.75.000 sebanyak 37 orang responden. Pelanggan yang berkunjung ke Rumah Makan Sakinah mayoritas mempunyai penghasilan Rp.2.000.000 sampai dengan kurang dari Rp.3000.000 per bulan.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara Kualitas Produk (X₁) dengan Kepuasan Pelanggan (Y₁), kemudian Kualitas Produk (X₁) dengan Loyalitas Pelanggan (Y₂), dan Kepuasan Pelanggan (Y₁) dengan Loyalitas Pelanggan (Y₂) yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2.

Tabel 1 menunjukkan hasil rekapitulasi Path Analysis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Variabel Independen	Variabel Dependen	Standardized Coefficient Beta	t _{hitung}	p-value	Ket
Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan	0,777	12,346	0,000	Sig
Koefisien Determinasi (R ²) = 0,604 n = 102					

a) Koefisien Jalur Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y₁) ditunjukkan dengan koefisien Beta sebesar 0,777, t_{hitung} sebesar 12,346, dengan probabilitas (sig) sebesar 0,000 (p<0,05) maka keputusannya adalah H₀ ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan Kualitas Produk (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y₁) diterima. Hasil uji ini berarti diperoleh adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Produk (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y₁) dengan koefisien determinasi (R²) sebesar 60,4%.

Tabel 2 menunjukkan hasil rekapitulasi Path Analysis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Variabel Independen	Variabel Dependen	Standardized Coefficient Beta	t _{hitung}	p-value	Ket
Kualitas Produk	Loyalitas Pelanggan	0,255	2,384	0,019	Sig
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0,528	4,947	0,000	Sig
Koefisien Determinasi (R ²) = 0,553 n = 102					

a) Koefisien Jalur Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2) ditunjukkan dengan koefisien Beta sebesar 0,255, t_{hitung} sebesar 2,384, dengan probabilitas (sig) sebesar 0,019 ($p < 0,05$) maka keputusannya adalah H_0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2) diterima. Hasil uji ini berarti diperoleh adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2) dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 55,3%.

b) Koefisien Jalur Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2) ditunjukkan dengan koefisien Beta sebesar 0,528, t_{hitung} sebesar 4,947, dengan probabilitas (sig) sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka keputusannya adalah H_0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan Kepuasan Pelanggan (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2) diterima. Hasil uji ini berarti diperoleh adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_2) dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 55,3%.

Hasil perhitungan ketetapan model sebesar 82,3%. Hal tersebut menerangkan bahwa kontribusi model untuk menjelaskan hubungan struktural dari ketiga variabel yang diteliti adalah sebesar 82,3%. Sedangkan sisanya sebesar 17,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

Analisi Jalur (Path Analysis)

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Lupyoadi (2001: 158) menyatakan bahwa “pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas”. Kotler dan Armstrong (2004:310) juga menyebutkan “bahwa tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi”. Hal ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Saidani dan Arifin (2012), yang menjelaskan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sembiring dkk. (2014) juga memperoleh hasil penelitian yang sama, bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan beberapa teori dan penelitian terdahulu yang sudah dikemukakan, bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,777 dengan t_{hitung} sebesar 12,346 dan nilai signifikan sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka keputusan H_0 ditolak. Berarti hipotesis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Kotler dan Armstrong (2004: 22) menyatakan bahwa “sesuai dengan konsep produk, jika seorang konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas terbaik, kinerja dan ciri-ciri terbaik”. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mangore dkk. (2015), bahwa peningkatan dan penurunan loyalitas pelanggan di pengaruhi oleh peningkatan dan penurunan kualitas produk yang ditawarkan, konsumen akan merasa puas jika produk yang ditawarkan berkualitas. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati dkk. (2014) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

Tabel 3. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total Antar Variabel

Variabel Independen	Variabel Dependen	Direct Effect	Inderect Effect	Total Effect	Ket.
Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan	0,777	0	0,777	Sig
Kualitas Produk	Loyalitas Pelanggan	0,255	0,410	0,665	Sig
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0,528	0	0,528	Sig

Ketetapan Model

Ketetapan model pada penelitian ini diukur menggunakan koefisien determinasi (R^2) pada kedua persamaan. Perhitungan ketetapan model hipotesis sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 R^2_{model} &= 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \\
 &= 1 - (1 - 0,604) (1 - 0,553) \\
 &= 1 - (0,396) (0,447) \\
 &= 1 - 0,177 \\
 &= 0,823 \text{ atau } 82,3\%
 \end{aligned}$$

pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan beberapa teori dan penelitian terdahulu yang sudah dikemukakan, bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,255, dengan t_{hitung} sebesar 2,384 dan nilai signifikan sebesar 0,019 ($p < 0,05$), maka keputusan H_0 ditolak. Berarti hipotesis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tjiptono (2008: 169) mengemukakan “bahwa kepuasan pelanggan juga berpotensi memberikan sejumlah manfaat spesifik, diantaranya yaitu berdampak positif pada loyalitas pelanggan”. Pernyataan tersebut mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widjoyo dkk. (2014), bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring dkk. (2014), juga menyatakan bahwa ketika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan loyal kepada perusahaan dan kepuasan pelanggan dapat dijadikan dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan beberapa teori dan penelitian terdahulu yang sudah dikemukakan, bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,528, dengan t_{hitung} sebesar 4,947 dan nilai signifikan sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka keputusan H_0 ditolak. Berarti hipotesis yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berarti dengan adanya lima pendekatan kualitas produk yang diterapkan Rumah Makan Sakinah berhasil membangun kepuasan pelanggan terhadap produk nasi rawon yang ditawarkan.
2. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti semakin baik dan semakin berkualitas produk yang ditawarkan di Rumah Makan Sakinah kepada pelanggan maka akan

dapat menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

3. Kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti jika pelanggan merasa puas terhadap segala aspek yang ada baik mengenai produk maupun pelayanan yang diberikan Rumah Makan Sakinah maka hal tersebut akan membuat pelanggan berkeinginan untuk membeli produk yang sama di tempat yang sama, dengan kata lain jika kepuasan sudah dipenuhi maka pelanggan akan loyal terhadap Rumah Makan Sakinah.

Saran

1. Mengingat bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, terdapat dua indikator yang memiliki *mean* indikator terbanyak yaitu Kinerja (*Performance*) dan Kesesuaian (*Conformant*), Kinerja (*Performance*) dan Kesesuaian (*Conformant*) ini merupakan indikator yang memiliki nilai *mean* indikator paling tinggi dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, maka diharapkan Rumah Makan Sakinah terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk mulai dari cita rasa, porsi makanan, variasi lauk yang ditawarkan, sampai dengan jaminan halal yang diberikan harus tetap di jaga dan ditingkatkan agar pelanggan terus merasa puas dan tidak pindah ke tempat yang lain.
2. Dalam upaya meningkatkan dan menjaga intensitas pelanggan untuk membeli di Rumah Makan Sakinah harus memberikan inovatif baru tanpa mengurangi atau menghilangkan aspek-aspek yang sudah ada. Hal ini dilakukan agar pelanggan tidak merasa bosan jika datang ke Rumah Makan Sakinah.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti saling mempengaruhi satu sama lain, namun variabel lainnya di luar penelitian ini diindikasikan kemungkinan memiliki pengaruh, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain agar memperoleh hasil yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.

- Hurryati, R. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Edisi Kedua. Bandung: CV. Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Dialihbahasakan oleh: Alexander Sindoro. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketigabelas Jilid 1. Dialihbahasakan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Eirlangga.
- Kurniawati, D., Suharyono., Kusumawati, A (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 14 Nomor 2 September 2014.
- Lupiyoadi Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Teori dan Praktik). Edisi Pertama. Depok: Salemba Empat.
- Mangore, I.I., Lumanauw, B. dan Tielung, M. 2015. Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Tupperware Manado. *Jurnal EMBA*, Juni 2015 Volume 3 Nomor 2, hal. 616-627.
- Saidani, B. dan Arifin, S. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Volume 3 Nomor 1, 2012.
- Sembiring, J.I., Haryono., dan Kusumawati, A (2014). Pemharuh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 15 Nomor 1 Oktober 2014.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi OFFSET.
- Widjoyo,S.P., Hatane,S., dan Brahmana,R.K. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal*
- Manajemen Pemasaran*, Volume 2 Nomor 1.
- Yamit, Zullian. 2004. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.