
Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Ni Luh Nurkariani¹, Gede Yogi Kurniantara²

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma^{1,2}

Email: nurkariani68@gmail.com, yogikurniantara615@gmail.com

Artikel info

Keywords:

Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

Abstract. The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality, and service quality on increasing customer loyalty at UD. Surya Jati uses a quantitative approach where customer satisfaction is an intervening variable, then data collection uses documentation techniques and a survey sample of 85 people. In this survey, the sample is consumers who do business in a company, and the results of the impact analysis of this survey show that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality is a positive and significant factor. Customer satisfaction and price have positive and negative effects on customer loyalty, product quality has positive and negative effects on customer loyalty, service quality has positive and negative effects, customer satisfaction has positive and negative effects on customer loyalty. Impact on discounts. Customer satisfaction has a positive and significant effect, service quality has a positive and significant effect on customer retention, and customer retention provides customer satisfaction.

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan pada UD. Surya Jati menggunakan pendekatan kuantitatif dimana kepuasan pelanggan merupakan variabel intervening, kemudian pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan sampel survei dari 85 orang. Dalam survei ini, sampelnya adalah konsumen yang melakukan bisnis dalam suatu perusahaan, dan hasil analisis dampak dari survei ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan merupakan faktor positif dan signifikan. Kepuasan pelanggan dan harga berpengaruh positif dan negatif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan negatif terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan negatif, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan negatif terhadap loyalitas pelanggan. Dampak pada diskon. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan, dan retensi pelanggan memberikan kepuasan pelanggan.

Corresponden author:

Email :

nurkariani68@gmail.com,

yogikurniantara615@gmail.com

PENDAHULUAN

Era 4.0 saat ini memberikan dampak yang sangat besar bagi dunia bisnis Indonesia. Kecanggihan teknologi saat ini mengubah gaya hidup setiap orang. Seiring dengan perubahan gaya hidup konsumen, para pebisnis harus mampu mengikuti perkembangan bisnisnya saat ini. Persaingan yang ketat antar pengusaha juga memaksa mereka untuk berpikir dan menetapkan strategi untuk memenangkan persaingan.

Penetapan harga yang strategis merupakan salah satu kunci utama agar para pengusaha dapat memenangkan persaingan. Selain itu, kualitas produk yaitu salah satu hal yang paling penting untuk diperhatikan. Kualitas bagus, pasti menarik konsumen dan memenangkan persaingan di pasar.

Selain kualitas produk yang baik tentu juga harus diikuti dengan kualitas pelayanan yang baik. Sebuah perusahaan juga memiliki potensi untuk meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas pelayanan untuk menciptakan ataupun membentuk kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Adapun hasil dari pengujian statistik antar variable (*path*) dengan menggunakan program

Kepuasan konsumen akan berdampak positif bagi perusahaan, perusahaan akan berhasil menarik banyak pelanggan, dan kepuasan pelanggan yang tercapai akan menjamin loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Kepuasan membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, meletakkan dasar yang baik untuk pembelian berulang, atau membangun loyalitas konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di UD. Surya Jati termasuk dalam industri mebel dan sampel dalam survei ini adalah konsumen yang bertransaksi dengan UD. Surya Jati, total 85 orang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif dan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dan dokumentasi dengan teknik analisis data survey menggunakan program software SmartPLS 3.3.3.

software SmartPLS v3.3.3 akan disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Hubungan Antar Variabel (*Path Coefficient*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
H (X1) -> LP (Y)	0.225	0.213	0.113	2.003	0.046
KK (Z) -> LP (Y)	0.598	0.605	0.124	4.839	0
KP (X2) -> KK (Z)	0.381	0.396	0.079	4.835	0
KP (X2) -> LP (Y)	-0.067	-0.06	0.087	0.765	0.445
KPL (X3) -> KK (Z)	0.466	0.465	0.058	8.029	0
KPL (X3) -> LP (Y)	0.093	0.102	0.081	1.137	0.256

Berdasarkan hasil *pass factor* di atas, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen terbukti positif dan signifikan dengan besar O-score sebesar 0,381 dan T-statistik sebesar 4,835 ($4,835 > 1,96$). Kedua, kualitas pelayanan terhadap kepuasan

konsumen adalah positif, signifikan dengan besar O-score sebesar 0,466 dan T-statistik sebesar 8,029 ($8,029 > 1,96$). Kedua, Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dari Tabel di atas, kita dapat melihat bahwa Harga Statistika 2003 dengan

nilai O 0.225 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Berikutnya adalah dampak kualitas produk terhadap retensi pelanggan berpengaruh tidak signifikan dengan nilai O besar 0,067 dan T statistik 0,765. Pengaruh kualitas layanan terhadap retensi pelanggan di sini adalah

positif, dengan O-score besar 0,093 dan 1,137 (1,137 < 1,96), yang tidak signifikan. Dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif signifikan disini dengan nilai O besar sebesar 0,598 dan T statistik sebesar 4,389.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Hubungan Tidak Langsung Antar Variabel (*Specific Indirect Effect*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KP (X2) -> KK (Z) -> LP (Y)	0.228	0.241	0.073	3.123	0.002
KPL (X3) -> KK (Z) -> LP (Y)	0.279	0.28	0.063	4.43	0

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa kepuasan konsumen disini memiliki skor O sebesar 0,228 dan skor T statistik sebesar 3,123, yang secara utuh dapat menyampaikan hubungan antara kualitas produk dan loyalitas

dari pelanggan. Kedua, kepuasan konsumen dengan nilai besar O 0,279 dan T statistik 4,43 juga dapat menjadi mediator yang lengkap antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan (complete mediation).

B. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Malau (2017) Produk menyatakan bahwa merupakan suatu hal yang konkrit yang dapat dilihat, diraba, dan dipegang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu hal terpenting dalam sebuah bisnis yang dapat menangkap dan membangun kepuasan konsumem fSeperti yang dikemukakan menurut Spraeng, dkk dalam (Herry, 2016) Produk dapat memuaskan konsumen jika diyakini mampu memenuhi atau melampaui kebutuhan dan harapannya. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dan melebihi harapan konsumen. Hasilnya, semua pelanggan akan puas. Sama halnya dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, perusahaan menjaga dan mempertahankan kualitas produk yang dijual agar memenuhi dan melebihi harapan konsumen. Dapat

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Menurut (Freddy, 2017) Pelayanan internal dan eksternal yang baik tentunya memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ketika melakukan bisnis di dalam suatu perusahaan. Sekali lagi, sama dengan UD. Surya Jati harus dapat menjaga kualitas pelayanan perusahaan nantinya agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Sinambow dan Trang dalam Hawin, Muhammad, (2020) Harga menyatakan bahwa itu layak ditukar untuk mendapatkan produk atau layanan. Semakin tinggi harga yang ditawarkan, semakin tinggi kualitas layanan atau produk. Selain itu, pengusaha perlu mempertimbangkan kemampuan masyarakat atau pasar sasaran atas produk atau jasa yang dijual. Tidak heran, semakin masuk akal harga untuk target pasar produk, semakin baik produk yang dijual dan harga yang berdampak pada retensi

pelanggan Studi ini menunjukkan bahwa di UD. Surya Jati dapat memberikan harga yang baik kepada konsumen, akan membuat mereka tetap loyal kepada perusahaan, tidak hanya harga yang baik dengan memberikan diskon, atau diskon bagi pelanggan tentunya perusahaan Meningkatkan loyalitas pelanggan, dan tentunya dengan loyalitas pelanggan perusahaan dapat meningkatkan konsumen loyalitas kepada perusahaan, resistensi terhadap efek buruk, dan menerima promosi gratis. B. Dengan secara tidak langsung mempromosikan perusahaan atau direkomendasikan oleh pelanggan kepada orang lain, kami memungkinkan lebih banyak orang untuk mengetahui tentang perusahaan dan memenangkan bisnis melalui rekomendasi pelanggan yang telah menghabiskan uang untuk perusahaan.

4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang baik dapat memuaskan konsumen, tetapi tidak dapat mengikat pelanggan dengan perusahaan. Tentunya menjaga kualitas produk suatu produk adalah dengan mengoptimalkan kualitas produk terutama untuk menyesuaikan harga, dengan kata lain membuat harga tampak strategis di mata calon konsumen. Sangat penting oleh. Baik atau tidaknya suatu produk di sini tidak terlalu mempengaruhi loyalitas pelanggan UD. Namun bagi Surya Jati, sangat penting bagi perusahaan untuk selalu menjaga dan menjamin kualitas produk yang dihasilkannya.

5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan terhadap produk dan jasa terletak pada kualitas seperti kehandalan, daya tanggap, kepastian, dan empati, yang membedakan

mereka dari produk lain dan memiliki citra sendiri, serta karakteristik dasar untuk mengembangkan nilai tambah.

(Heri, 2020). Menurut Lovelock dalam (Firmansyah, Farid, 2019) Kualitas manajemen layanan yang tepat secara aktif berkontribusi pada terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dan penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif terhadap retensi pelanggan di UD, tetapi itu tidak penting. Surya Jati. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus mampu menjaga tingkat kualitas pelayanannya sendiri bagi calon pelanggan dan konsumen. Pelayanan yang baik tentunya meningkatkan citra perusahaan, dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen tentunya akan membuat konsumen memandang perusahaan lebih baik.

6. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

Kunci sukses dalam lingkungan yang sangat kompetitif ini adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mencapai retensi pelanggan. (Heri, 2020) .Kepuasan pelanggan harus dicapai pada setiap perusahaan, dan terciptanya kepuasan pelanggan menempatkan konsumen pada perusahaan. Ketika kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, seperti dalam survei ini. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus mampu menjaga kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang unggul. Tercapainya kepuasan pelanggan memastikan bahwa konsumen berkomitmen pada perusahaan, walaupun banyak perusahaan bersaing dengan harga murah, tetapi jika perusahaan dapat memuaskan

konsumen, harga akan sedikit lebih tinggi, tetapi pasti akan mengkonsumsi, dapat menarik orang. Untuk menghubungkan perusahaan ke perusahaan.

7. Peran Kepuasan Konsumen dalam Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi secara penuh hubungan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di UD. Surya Jati. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangatlah penting untuk bisa dicapai oleh perusahaan, dengan tercapainya sebuah kepuasan konsumen diperusahaan tentu akan membuat perusahaan akan mendapatkan loyalitas dari pelanggan yang tinggi. Tentu banyak hal yang akan didapat perusahaan ketika bisa membuat setiap konsumen merasa loyal terhadap perusahaan .

8. Peran Kepuasan Konsumen dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi secara penuh hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangatlah penting dicapai oleh perusahaan UD. Surya Jati. Dengan kepuasan konsumen yang bagus tentu akan bisa membuat konsumen loyal. Ketika perusahaan bisa membuat setiap konsumen puas tentu setiap konsumen tersebut juga akan loyal terhadap perusahaan dan dengan loyalitas pelanggan tentu akan membuat perusahaan bisa terus berkembang kedepannya. Dan dengan loyalitas pelanggan perusahaan tidak perlu banyak melakukan promosi, namun setiap konsumen yang loyal tentu akan

mempromosikan perusahaan sehingga perusahaan bisa dengan cepat diketahui oleh calon pelanggan. Dan setiap konsumen yang loyal akan merekomendasikan perusahaan terhadap kerabat, ataupun yang lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Hal ini didasarkan pada studi tentang pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UD. Surya Jati menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan harga berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan dampak yang signifikan pada. Kualitas produk berdampak negatif pada retensi pelanggan, dan kualitas layanan berdampak positif pada retensi pelanggan, tetapi itu tidak penting. Di sini, kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai variabel intervening untuk sepenuhnya menyampaikan hubungan antara kualitas produk dan retensi pelanggan, Hal ini menunjukkan bahwa sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan, namun persaingan yang terjadi ketika suatu perusahaan dapat memuaskan konsumen mencapai loyalitas konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Firmansyah, Farid, dan R. H. (2019). *Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Duta Media Publishing.
- Freddy, R. (2017). *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hawin, Muhammad, dkk. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus*

Konsumen Grab di Kelurahan Pakis Jajaran Kab. Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Universitas Negeri Malang*.

Heri, S. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran* (Pertama). CV. Pustaka Abadi.

Herry, N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan

Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Industri atau Toko Bakery di Kota Bengkulu). *Jurnal Baabu Al-Ilmi: Bengkulu: Universitas Dehasen Bengkulu.*, 1(2).

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.