

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PADMA HERBAL BALI
DI KABUPATEN TABANAN**

NI GUSTI AYU PUTRI NURYATI

Igaputrinuryati01@gmail.com

I NYOMAN GEDE MARTA

martawinayaka88@gmail.com

I GUSTI AYU META PURMINA DEWI

purminameta@gmail.com

1, 2 dan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tabanan

Abstrak

Dalam kemajuan teknologi di berbagai bidang seperti sekarang ini, dunia usaha semakin tinggi persaingan dalam bisnis, terutama di Indonesia di tandai dengan adanya perusahaan – perusahaan herbal yang banyak menawarkan produk herbal yang berkualitas dan mampu bersaing di pasaran. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dengan membuat produk yang efektif dan berkualitas supaya pelanggan merasa puas dan tetap loyal terhadap perusahaan. Padma Herbal merupakan salah satu perusahaan herbal yang memasarkan produk kesehatan, karena kualitas produknya sudah sangat dipercaya konsumen dari tahun ke tahun menjadikan perusahaan ini semakin berkembang pesat. Melihat latar belakang tersebut skripsi ini berjudul: “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Padma Herbal Bali di Kabupaten Tabanan. Perumusan masalahnya adalah Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Bali di Kabupaten Tabanan. Tujuan diadakan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Bali. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 65, dalam penyebaran kuesioner dilakukan dengan metode accidental sample. Pada Uji hipotesis pertama (Uji t) H_0 ditolak dan H_1 diterima, karena nilai $t_{hitung} 4,752 > t_{tabel} 1,999$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Disimpulkan variabel X_1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Uji hipotesis kedua (uji t) H_0 ditolak dan H_2 diterima, karena nilai $t_{hitung} 2,946 > t_{tabel} 1,999$ dan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Disimpulkan variabel X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Uji Hipotesis ketiga (Uji F) H_0 ditolak dan H_3 diterima, karena nilai $F_{hitung} 50,616 > F_{tabel} 3,15$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Disimpulkan variabel X_1 dan X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Abstract

With the advancement of technology in various fields like today, the business world is increasingly competitive in business, especially in Indonesia which is marked by the existence of herbal companies that offer many quality herbal products and are able to compete in the market. Every company always tries to maintain the company's survival by making effective and quality products so that customers feel satisfied and remain loyal to the company. Padma Herbal is a herbal company that markets health products, because the quality of its products has been highly trusted by consumers from year to year, making this company grow rapidly. Seeing this background, this thesis is entitled: "The Influence of Product Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Padma Herbal Bali in Tabanan Regency. The formulation of the problem is how does product quality and customer satisfaction influence customer loyalty at Padma Herbal Bali in Tabanan Regency. The purpose of this research was to find out and analyze the effect of product quality and customer satisfaction on customer loyalty at Padma Herbal Bali. Data collection methods are carried out by means of observation, interviews, and questionnaires. The number of respondents in this study was 65, the distribution of questionnaires was carried out using the accidental sample method. In the first hypothesis test (t test) H_0 is rejected and H_1 is accepted, because the tcount is $4.752 > t_{table} 1.999$ and the significance value is $0.000 < 0.05$. it can be concluded that variable X_1 has a positive and significant effect on variable Y . The second hypothesis test (t test) H_0 is rejected and H_2 is accepted, because the tcount is $2.946 > t_{table} 1.999$ and the significance value is $0.005 < 0.05$. It was concluded that variable X_2 had a positive and significant effect on variable Y . The third hypothesis test (Test F) H_0 was rejected and H_3 was accepted, because the Fcount value was $50.616 > F_{table} 3.15$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. It was concluded that variables X_1 and X_2 had a positive and significant effect on variable Y .

Keywords: *Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

LatarBelakangMasalah

Dalam kemajuan teknologi di berbagai bidang seperti sekarang ini, duniausaha semakin tinggi persaingan dalam bisnis, terutama di Indonesia di tandaidengan adanya perusahaan-perusahaan herbal yang banyak menawarkan produk.Penyebab utama yang mempengaruhi turunnya pangsa pasar yaitu kualitas produkyang

kurang efektif, harga produk yang murah sehingga dapat mempengaruhikepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan untuk membeli produk,karenabanyaknyaprodukher balyangberedardenganhargayangmu rahsehinggamembuatkonsumenmen jadi bingungdalammemilih sebuahproduk.

Kepuasan pelanggan dasar bagi setiap perusahaan untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat pencapaian tujuan perusahaan. Pelanggan yang merasa puas cenderung menciptakan hubungan yang menguntungkan dengan perusahaan. Banyaknya perusahaan herbal di Indonesia membuat loyalitas pelanggan menjadi berkurang. Pelanggan menjadi berkurang karena ada banyak produk-produk herbal sejenis di pasaran dengan harga yang murah sehingga pelanggan yang merasa puas belum tentu akan loyal terhadap perusahaan. Padma Herbal merupakan perusahaan produk kesehatan dunia. Karena kualitas produknya sudah dipercaya konsumen dari tahun ke tahun sampai saat ini Padma Herbal mempunyai banyak cabang rumah sehat yang berada di Indonesia, Padma Herbal Bali merupakan salah satu rumah sehat yang menjadi objek penelitian karena produk dan jasa yang diberikan berkualitas.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Bali di Kabupaten Tabanan?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Bali di Kabupaten Tabanan?

3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Bali di Kabupaten Tabanan?

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Bali di Kabupaten Tabanan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Bali di Kabupaten Tabanan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, dan kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Bali di Kabupaten Tabanan.

4. Landasanteori

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki manfaat bagi pemakainya (pelanggan). Banyak definisi yang diungkapkan oleh para ahli ekonomi. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability,*

reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Philip Kotler (1992), arti dari kualitas adalah *Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*. Maksud dari definisi diatas adalah kualitas produk merupakan keseluruhan ciri sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Sedangkan menurut Adam and Eberts (1992), *Product quality is the appropriateness of design specification of function and use as well as the degree of specification*. Definisi diatas menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan spesifikasi rancangan yang tepat atau yang layak untuk digunakan sebaik mungkin sesuai dengan spesifikasi.

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang

dirasakan dengan harapannya. Jadi, Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa. J. Supranto (2010).

Swan, *et al.* (1980) dalam Tjiptono (2008) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara rata-rata penilaian kognitif mengenai apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi/perusahaan harus berkualitas.

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Customer satisfaction adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya, dengan kata lain kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Kotler (2009).

c. Loyalitas pelanggan

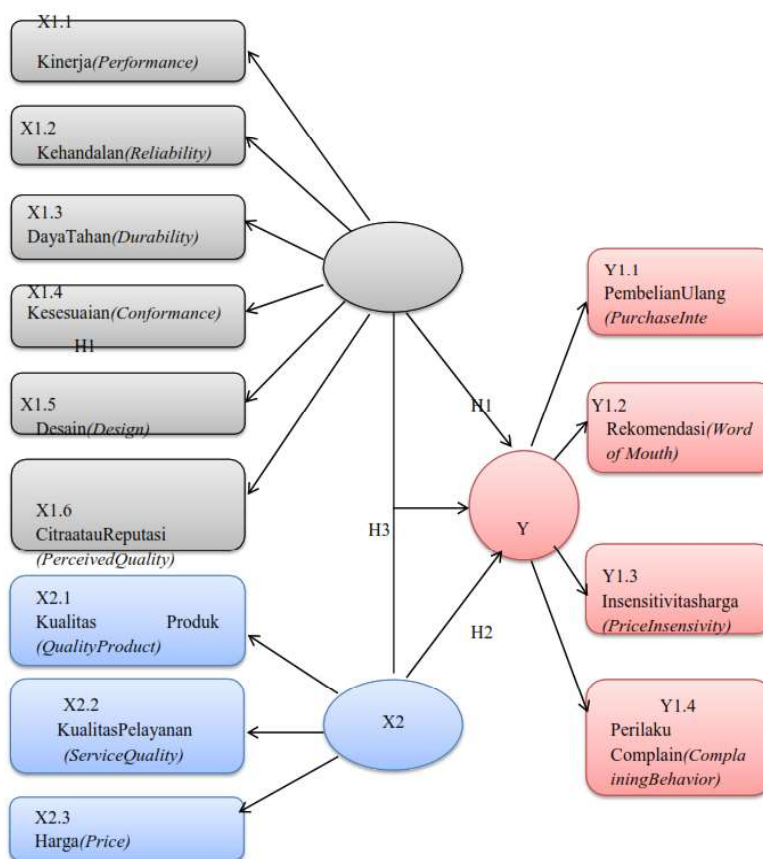
Loyalitas pelanggan sudah menjadi gagasan sentral dalam pemasaran, suatu produk yang memiliki merek terkenal dan berkualitas, akan lebih mudah dalam pemasaran dan sudah dipercaya kualitas dan manfaatnya oleh para pelanggan, merek akan memberikan penilaian terhadap

rodukterebut.Halini mencerminkan bahwa seseorang pelanggan yang loyal terhadap suatu merek tidak akan dengan mudah merek tersebut. Menurut Gibson (2005), Loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-

ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut. Hal ini membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian berulang-ulang.

Menurut Kotler (2005), mendefinisikan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seseorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan. Sedangkan Menurut Swastha (2009), menjelaskan tentang loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan. Loyalitas menggambarkan perilaku yang diharapkan sehubungan dengan produk atau jasa.

5. Kerangka Pemikiran Penelitian



6. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

merupakan pengamatan langsung ke objek yang diteliti atau pengamatan langsung suatu kegiatannya yang sedang berjalan pada perusahaan.

b. Wawancara

Merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan pihak-pihak yang dapat membantu peneliti dalam mengumpulkan data pendukung penelitian.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2008) "Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab". Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi tertentu dari responden berkaitan dengan variabel penelitian di Padma Herbal Bali. Pada penyebaran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental* yakni kuesioner akan diberikan secara acak langsung melalui wawancara tatap muka kepada pelanggan yang ditemui di Padma Herbal Bali.

7. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian instrument penelitian, baik itu uji validitas maupun uji reliabilitas, seluruh instrument dalam penelitian ini dikatakan valid karena memiliki nilai koefisien korelasi $> 0,3$. Seluruh instrument dalam penelitian ini juga dikatakan reliabel karena memiliki konstruk yang kuat karena

memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian responden dari waktu ke waktu dikatakan stabil. Dalam analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan garis linier $Y = 1,729 + 0,387X_1 + 0,384X_2$. Dimana persamaan garis tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

$\alpha = 1,729$ menyatakan bahwa jika X_1 dan X_2 tetap (tidak mengalami perubahan) maka nilai konsistensi Y sebesar 1,729.

$\beta_1 = 0,387$ menyatakan bahwa jika X_1 bertambah, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,387, dengan asumsi tidak ada penambahan (konstanta) nilai X_2 .

$\beta_2 = 0,384$ menyatakan bahwa jika X_2 bertambah, maka Y mengalami peningkatan sebesar 0,384, dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai X_1 .

Uji signifikansi dengan menggunakan *t*-test diperoleh t_{hitung} sebesar 4,752 lebih besar dari t_{tabel} (1,999), berada pada daerah penolakan H_0 dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk (X_1)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Hal ini bermakna bahwa semakin tinggi kualitas produk pada aspek kinerja, kesesuaian, kehandalan, daya tahan, desain dan citra atau reputasi mampu meningkatkan loyalitas pelanggan yang tercermin dalam pembelian kembali, memberikan rekomendasi

,insensitivitashargadanpriakukomplain Uji signifikansi dengan menggunakan t-test diperoleh t_{hitung} sebesar 2,946 lebih besar dari t_{tabel} (1,999), berada pada daerah penolakan H_0 dan H_2 diterima. Maka dapat disimpulkan variabel kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Hal ini bermakna bahwa semakin tingginya kepuasan pelanggan pada aspek kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan yang tercerminkan dalam pembelian kembali, memberikan rekomendasi, insensitivitas harga dan priaku komplain.

Uji signifikansi korelasi berganda dengan menggunakan F-test diperoleh F_{hitung} adalah 50,616 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,15, berada pada daerah penolakan H_0 dan H_3 diterima, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk (X1) dan variabel kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Hal ini bermakna bahwa semakin tingginya kualitas produk dan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari hasil pengujian koefisien determinasi diketahui bahwa nilai *adjusted R²* adalah sebesar 0,620. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 62% variasi dari variabel terikat (loyalitas pelanggan) dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk dan

kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 38% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian.

Berdasarkan hasil rangkuman analisis pada sumbangan prediktor diketahui bahwa variabel yang memiliki kontribusi paling besar terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah kualitas produk (X1) dengan sumbangan efektif (SE) sebesar 39% dan sumbangan relatif (SR) sebesar 64%. Sedangkan pada kepuasan pelanggan (X2) diketahui sumbangan efektif (SE) sebesar 23% dan sumbangan relatif (SR) sebesar 36%.

8. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan penelitian di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Balidi Kabupaten Tabanan. Hal ini bermakna semakin tingginya kualitas produk maka loyalitas pelanggan meningkat.
- b. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Balidi Kabupaten Tabanan. Hal ini bermakna semakin tingginya kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan meningkat.
- c. Kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Balidi Kabupaten Tabanan. Hal ini

bermakna semakin tingginya kualitas produk dan kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan meningkat.

9. Saran

Berdasarkan data hasil penilaian responden, untuk meningkatkan Loyalitas pelanggan pada Padma Herbal Balidi Kabupaten Tabanan yaitu sebagai berikut:

- a. Padma Herbal Balid perlu memberikan perhatian pengembangan pada beberapa indikator kualitas produk yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan, yaitu meliputi kehandalan, daya tahan dan desain.
- b. Dalam variabel kepuasan pelanggan, berdasarkan penilaian responden aspek kualitas pelayanan tetap dipertahankan dan ditingkatkan lagi dan harga yang diberikan agar sesuai dengan manfaatnya.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan, (2014). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*. Edisi ke 13. Penerbitan: Rajawali Pers. Jakarta.

Al Fian, J. (2016). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sunkuno Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 5, No 6.

Budiastari, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap

Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 10, No 1.

Caesar Surya, Made, (2017), Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *Skripsi Manajemen Ekonomi Universitas Udayana*, Denpasar.

Dwi Mayasari, S. (2011), Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar IM3 pada Pt. Indosat Tbk Malang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol 16, No 1.

Desma Rahadhini, M. (2013), Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Green Produk Sepeda Motor Honda di Surakarta. *Jurnal Ekonomidan kewirausahaan* Vol 1, No 2.

Fuad, Noor, (2013), Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel (Studi Kasus Toko Amin Jaya Jepara Jakarta). *Jurnal Ekonomidan bisnis*, Vol 6, No 1.

Husewin Umar, (2010),), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Cetakan Kedelapan, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Harsapala, I Ketut, (2017), Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada U D. Wirajaya Blahkiuh. *Skripsi Manajemen Ekonomi Universitas Mahasaraswati* Denpasar.

Hermawan, B. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol 4, No 2.

Kotler, Philip dan Keller Lane, (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid

1. Cetakan ke

Empat. Penerbit: Indeks, Jakarta

Kurniawan, Akbert, (2014), *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Mursid, M., (2014), *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Penerbit: Bumi Aksara, Jakarta.

Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Swastha, (2012), *Manajemen Pemasaran Ekonomi Modern*, Penerbit Liberty Yogyakarta.

Wedarini, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi. *Jurnal Pengembangan Ekonomi dan Bisnis*, Vol 13, No 1.

Nyoman Kartika, Pande, (2017), Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Padma Herbal Pada Club Renon Bugar Denpasar. *Skripsi Manajemen Ekonomi Universitas Mahasaraswati, Denpasar*.