

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA AYAM POTONG

Andri Arjana^{1*)}, Adelia Putri Isnaini², Dini Mafazah³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Argopuro Jember, Jember, Indonesia

^{*)}Email Corresponding Author: andreyarjana@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dan menganalisis pengaruh tidak langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan yang ada pada usaha ayam potong di Desa Sukorejo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara (*Interview*), daftar pertanyaan (*Questionnaire*). Sedangkan objek dalam penelitian menggunakan sebanyak 3 orang responden, data menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan juga dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa usaha ayam potong tersebut mampu memberikan kualitas produk yang baik untuk menciptakan perasaan puas pelanggan terhadap suatu produk ayam potong karena kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk akan membuat pelanggan pada usaha ayam potong yang ada di Desa Sukorejo bersifat loyal.

Kata kunci: *Keputusan pelanggan, Loyalitas pelanggan, kualitas produk, kepercayaan pelanggan,*

Abstract

This research aims to analyze the influence of customer satisfaction on customer trust, the influence of customer satisfaction on customer loyalty, the influence of trust on customer loyalty and analyze the indirect influence of customer satisfaction on customer loyalty through the existing trust in broiler chicken businesses in Sukorejo Village. The approach used in this research is an associative approach. The data collection techniques used were interviews (Interview), a list of questions (Questionnaire). Meanwhile, the object in the research used 3 respondents, the data used path analysis. The results of this research show that customer satisfaction has a very positive and significant effect on customer trust, customer satisfaction can also have a positive and significant effect on customer loyalty. Thus, this research can be concluded that the broiler chicken business is able to provide good product quality to create feelings of customer satisfaction with a broiler chicken product because customer satisfaction with product quality will make customers at the broiler chicken business in Sukorejo Village loyal.

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

PENDAHULUAN

Daging ayam pada saat ini merupakan komoditas perdagangan yang sangat sering dikonsumsi oleh masyarakat. Di tengah panorama pedesaan Sukorejo yang hijau dan subur, tumbuh sebuah usaha ayam potong yang tidak sekadar menghasilkan produk, melainkan membangun sebuah tradisi keunggulan. Desa ini telah berhasil mengukir reputasi gemilang dalam usaha ayam potong, di mana setiap ekor ayam yang dihasilkan mencerminkan komitmen mendalam akan kualitas, loyalitas, dan kepuasan para konsumen.

Produk daging ayam dari usaha tersebut tidak sekadar komoditas, melainkan sebuah cerminan kebanggaan lokalitas. Kualitas yang konsisten, kesegaran yang terjamin, dan perhatian detail dalam setiap tahap produksi telah mengantarkan daging ayam dari wilayah ini menjadi pilihan utama konsumen di Sukorejo dan sekitarnya. Para pelanggan tidak hanya sekadar membeli produk, mereka mendapatkan jaminan mutu dan kepercayaan yang telah teruji sepanjang waktu.

Loyalitas pelanggan yang tumbuh secara organik menjadi bukti nyata bahwa daging ayam potong pada usaha tersebut bukan sekadar komoditas biasa, melainkan produk berkualitas yang telah memenangkan hati masyarakat. Setiap transaksi adalah komitmen, setiap kesuksesan adalah hasil kerja keras dan integritas yang tak terbantahkan.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur utama keberhasilan mereka. Setiap potongan daging ayam yang dipasarkan tidak hanya memenuhi standar kualitas yang ketat, tetapi juga membawa cerita tentang dedikasi, kerja keras, dan kebanggaan lokal yang mendalam. Inilah esensi sejati dari produk usaha di Sukorejo bukan sekadar memberikan nutrisi, tetapi juga menghadirkan pengalaman kuliner yang memuaskan dan bermakna.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran. Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Ada beberapa strategi pemasaran yang umum digunakan dalam berbagai industri, termasuk pada usaha ayam potong:

1. Segmentasi Pasar dan Pangsa Pasar
2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix-4P*)

Marketing Mix Ada 4 yaitu : *Product, Price, Place, Promotion*.

Tetapi Penelitian ini menggunakan 2 Marketing Mix saja yaitu *Product* dan *Place*.

- a. Produk (*Product*): Menawarkan produk daging ayam yang mana kualitas yang konsisten, kesegaran yang terjamin, dan perhatian detail dalam setiap tahap produksi.
- b. Place (*Tempat*): Lokasi yang sangat strategis membuat para konsumen mudah untuk berkunjung ke lokasi tersebut.

3. Penggunaan Sosial Media

B. Loyalitas

Loyalitas didefinisikan oleh Dharmesta dalam (Rusydi, 2017) sebagai loyalitas pelanggan merupakan gambaran dari kekuatan hubungan antara sikap relatif individu dan patronase pengulangan. Artinya, loyalitas individu ditentukan oleh kekuatan hubungan antara sikap relatif dan patronase berulang yang mewakili loyalitas individu terhadap merek tertentu. Dengan adanya loyalitas pelanggan ini si pelaku usaha ayam potong ini dapat mendorong pembelian ulang, meningkatkan penjualan produknya, dan memberikan kesempatan untuk mempelajari preferensi pelanggan.

C. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan tingkat dasar perasaan konsumen dari suatu pelayanan ataupun kualitas produk yang telah didapatkan dengan membandingkan antara apa yang diterima dan harapan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan konsumen didefinisikan oleh Irwansyah & Mappadeceng, dalam Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (Asri Yanti 2018).

Hal ini membuat pelaku usaha ayam potong menerapkan beberapa cara untuk kepuasan pelanggan seperti menjaga kualitas produk, menanamkan kejujuran, memberikan pelayanan yang prima, dan menanggapi kebutuhan pelanggan dengan ramah.

D. Kualitas Produk

Kualitas produk, sebagaimana didefinisikan oleh Sudaryono, dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Yogi Nurfauzi dkk.2023) adalah evaluasi pelanggan yang komprehensif terhadap kinerja barang atau jasa yang baik. Suatu produk adalah sesuatu yang dapat dijual, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan dan dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian: Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis kualitas produk terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan pada usaha ayam potong. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi dan memahami bagaimana kualitas produk terhadap ayam potong, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi loyalitas dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini akan berfokus pada pemahaman mendalam mengenai kualitas produk dari perspektif si pelaku usaha dan pelanggan.
2. Pengumpulan Data: Pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa metode berikut:
 - a. Wawancara Semi-Terstruktur: Wawancara mendalam akan dilakukan dengan pemilik usaha dan pelanggan yang terlibat dalam jual beli, serta dengan beberapa pelanggan yang telah membeli ayam potong. Wawancara ini akan mengeksplorasi pengalaman, perspektif, dan umpan balik terkait kualitas produk ayam potong dan kualitas pelayanan yang diterima.
 - b. Observasi Partisipatif: Peneliti akan melakukan observasi langsung dari aspek pemasaran maupun pelayanan. Observasi ini bertujuan untuk melihat bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan tersebut diterapkan dalam situasi nyata.
 - c. Dokumentasi: Data sekunder akan diperoleh melalui analisis dokumen seperti materi pemasaran dan ulasan pelanggan secara langsung. Ini akan digunakan untuk mendukung data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.
3. Objek Penelitian: Objek penelitian ini adalah strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh usaha ayam potong. Penelitian ini berfokus pada kualitas produk terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan, serta bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan.
 - a. Strategi Pemasaran: Meliputi cara usaha ayam potong memanfaatkan promosi secara langsung untuk memasarkan produknya dan hal ini bisa membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan.
 - b. Kualitas Pelayanan: Aspek yang diteliti adalah bagaimana layanan pada usaha ayam potong ini diterima oleh pelanggan, dari pemesanan hingga layanan selama selesai transaksi, serta evaluasi terhadap kepuasan pelanggan.
4. Subjek Penelitian: Subjek penelitian terdiri dari dua kelompok utama: Pihak Internal ayam potong: Ini mencakup staf yang bertanggung jawab atas pemasaran, pelayanan pelanggan, dan pemilik usaha yang terlibat dalam penjualan usaha ayam potong tersebut. Wawancara dengan subjek ini bertujuan untuk memahami kualitas dan implementasi dari sudut pandang pelaksana internal. Pelanggan ayam potong: Pelanggan yang telah membeli ayam potong dalam 1 tahun terakhir yaitu di berikan sebuah reward. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman pelanggan terkait pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha ayam potong. Jumlah sampel yang direncanakan adalah 40-50 orang, yang dipilih berdasarkan variasi usia, latar belakang, dan pengalaman mereka untuk membeli produk si pelaku

usaha ayam potong. Mereka akan diwawancarai untuk menggali pengalaman dan tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan usaha ayam potong, serta memberikan umpan balik terkait kualitas layanan dan kualitas yang mereka alami.

5. Lokasi Penelitian: Penelitian ini akan dilaksanakan di Bangsalsari yang berlokasi di Jember, serta melibatkan beberapa pelanggan yang berada di wilayah bangsal. Lokasi ini dipilih karena merupakan tempat usaha yang strategis, sehingga memudahkan peneliti dalam mengakses data terkait kualitas dan pelayanan yang diterapkan oleh pemilik usaha ayam potong tersebut, sehingga dapat memungkinkan pengumpulan data lebih mudah dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Kami yang membahas tentang kualitas produk ternyata berpengaruh terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan hal ini dapat dilihat dari wawancara yang kami paparkan di bawah ini.

Tabel 1.1 Hasil Wawancara (Pemilik Usaha)

Pewawancara	Andri Arjana
Nama Pemilik	Ibu Hotim
Lokasi	Jalan Balong RT 2 RW 5 Krajan desa Sukorejo Bangsalsari Jember
Hasil Wawancara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha keluarga dan diteruskan sudah berjalan 10 tahun 2. Cara Pemilik usaha menghadapi pesaing yaitu dengan kualitas produk yang bagus dan tidak mengecewakan konsumen. 3. Dan waktu covid dulu malah semakin membeludak untuk penjualannya karena harganya miring.

Tabel 1.2 Hasil Wawancara (Konsumen I)

Pewawancara	Andri Arjana
Narasumber	Ibu Sriyuning Setia Dewi
Lokasi	Jalan Balong RT 2 RW 5 Krajan desa Sukorejo Bangsalsari Jember
Hasil Wawancara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk: produknya selalu fresh, segar, kualitasnya bagus dan harganya juga sangat bersaing dengan yang lain. 2. Sarannya: pelayanannya sudah bagus dan harap ditingkatkan lagi. 3. Kepuasan layanan dan kualitas produk: sangat puas sehingga menjadi pelanggan setia (loyalitas) karena pelayanannya yang bagus dan kualitas produknya juga bagus dan fresh

Tabel 1.3 Hasil Wawancara (Konsumen II)

Pewawancara	Adelia Putri I
Narasumber	Bapak Safii Zain
Lokasi	Jalan Balong RT 2 RW 5 Krajan desa Sukorejo Bangsalsari Jember
Hasil Wawancara	<ol style="list-style-type: none">1. Kualitas produk: dagingnya selalu fresh dan tidak pernah ada sisa sehingga harus menginap di ruang penyimpanan karena setiap harinya selalu menyembelih2. Saran: semua bagus, cara si pelaku usaha menyajikan dan melayani sudah bagus hanya cukup ditingkatkan atau diperbaiki lagi

Tabel 1.4 Hasil Wawancara (Konsumen III)

Pewawancara	Andri Arjana
Narasumber	Ibu Tri Esti Rahayu Ningsih
Lokasi	Jalan Balong RT 2 RW 5 Krajan desa Sukorejo Bangsalsari Jember
Hasil Wawancara	<ol style="list-style-type: none">1. Kualitas produk: dagingnya selalu segar karena menyembelih setiap hari dan untuk dagingnya sendiri itu teksturnya enak lembut tidak lengket dan tidak bau.2. Saran: untuk sarannya buat si pemilik usaha yaitu dipertahankan kualitas produknya karena sangat memuaskan Dan untuk pelayanannya juga enak ramah transaksi juga lancar.

1) Hasil dokumentasi pemilik usaha ayam potong.



2) Hasil Dokumentasi Kosumen Ayam Potong



KESIMPULAN

Usaha ayam potong di Desa Sukorejo telah berhasil membangun reputasi yang kuat sebagai penyedia daging ayam berkualitas tinggi, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan nutrisi masyarakat, tetapi juga membangun kebanggaan lokal. Dalam proses produksinya, usaha ini menekankan pada kualitas dan kesegaran produk, yang berkontribusi pada loyalitas pelanggan yang tinggi. Pelanggan merasa puas karena produk yang ditawarkan selalu memenuhi standar kualitas yang ketat. Loyalitas pelanggan diperkuat melalui hubungan yang kuat antara sikap positif terhadap produk dan pengalaman pembelian yang memuaskan. Kepuasan pelanggan, yang diukur melalui berbagai metode penelitian, menunjukkan hasil yang positif, di mana pelanggan merasa dihargai dan terlayani dengan baik.

Metodologi penelitian yang diusulkan, termasuk wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi, diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang kualitas produk dan pelayanan yang berdampak pada loyalitas dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang pentingnya kualitas dan pelayanan dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan di industri ayam potong. Dengan demikian, usaha ayam potong di Sukorejo tidak hanya berfungsi sebagai penyedia produk, tetapi juga sebagai bagian dari tradisi lokal yang mengedepankan kualitas, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan. Hal ini menjadi pondasi utama untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha ke depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan proposal ini. Pertama-tama, kami sampaikan apresiasi kepada pemilik usaha ayam potong di Desa Sukorejo yang dengan penuh dedikasi dan komitmen telah mengembangkan usaha ini sehingga mencapai reputasi yang baik dalam penyediaan daging ayam berkualitas.

Kami juga berterima kasih kepada pelanggan yang telah memberikan dukungan dan kepercayaan, serta berbagi pengalaman yang berharga dalam proses penelitian ini. Selain itu, kami menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pengumpulan data dan informasi, termasuk tim peneliti, teman-teman, dan keluarga yang telah memberikan dukungan moral selama proses penelitian ini. Semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi usaha ayam potong di Sukorejo, tetapi juga bagi pengembangan industri pangan secara umum. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, (1997) *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Nurfauzi et al., (2023) *Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif*.
- Pertiwi et al., (2022) *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*.
- Ummah, (2019) *Instrumen Penelitian Kualitatif*
- Yanti, (2022) *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*.