

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Dim Sum Inc., Kemang

Lilik Hariyanto ✉

Program Studi D4 Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Abstrak

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin berkembang pesat belakangan ini. Salah satu bisnis yang berkembang sangat pesat adalah bisnis food and beverage (makanan dan minuman). Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Dim Sum Inc., Kemang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Dim Sum Inc., Kemang. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 148 sampel. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah positif, dengan kata lain yaitu semakin baik atau tinggi kualitas produk maka semakin tinggi loyalitas pelanggan di Dimsum Inc Kemang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

Abstract

The development of business in Indonesia is growing rapidly lately. One of the businesses that is growing very rapidly is the food and beverage business. Based on the above phenomenon, this study aims to determine the effect of product quality on customer loyalty at Dim Sum Inc., Kemang. The population in this study were all customers who visited Dim Sum Inc., Kemang. The number of samples taken in the study was 148 samples. The method used is a descriptive method with a quantitative approach. The sampling technique used was accidental sampling. The test results in this study indicate that product quality has a significant positive effect on customer loyalty, in other words, the better or higher the product quality, the higher customer loyalty at Dimsum Inc. Kemang.

Keywords: *Product Quality, Customer Loyalty*

Copyright (c) 2022 Lilik Hariyanto

✉ Corresponding author :

Email Address : lilik.hariyanto@stpтрisakti.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin berkembang pesat belakangan ini, tanpa harus dilakukan pendataan pun kita semua bisa melihat secara kasat mata bagaimana persaingan antara usaha tersebut semakin menjadi semakin harinya (Zulfadhli & Desfitriana, 2019). Karena perkembangan bisnis yang sangat cepat ini, akhirnya memicu persaingan yang ketat antara perusahaan yang satu dengan

perusahaan yang lain, setiap perusahaan secara otomatis pasti memiliki strategi dan perencanaan yang matang agar mereka tidak kalah saing dengan lawan perusahaan mereka (Wijoyo et al, 2020). Bisnis yang berkembang sangat pesat terlihat pada persaingan dan usaha sekeras-kerasnya untuk bertahan hidup, oleh karena itu usaha yang dilakukan oleh wirausaha dalam waktu cepat harus mampu mengubah diri menjadi lebih kuat dan mampu menanggapi kebutuhan pasar (Setiyono & Sutrimah, 2016).

Pengembangan usaha *food and beverage* seperti restoran ataupun rumah makan dapat menjadi sarana munculnya ikon kepariwisataan suatu daerah karena melalui usaha kuliner tersebut dapat bermunculan makanan khas daerah yang dapat menciptakan *iconic* daerah tersebut, tentu saja itu berdampak pada tingkat kepuasan wisatawan yang datang (Kartini & Wahyuningsih, 2021). Pengembangan usaha yang begitu cepatnya dan tingkat kreativitas manusia yang tidak terbendung banyaklah bermunculan berbagai bentuk dari usaha *food and beverage* yang sangat beragam beberapa contohnya adalah A'la Carte restaurant, Fine dining restaurant, fastfood restaurant, specialty restaurant, pub, bar, coffee shop dan masih banyak lagi.

Setiap jenis usaha *food and beverage* ini memiliki ciri khas masing-masing, dengan specialty restaurant adalah tempat makan dan minum yang memiliki tema khusus atau kekhususan menu masakan yang akan disajikan dan biasanya memiliki citarasa yang berbeda dengan restaurant lain beberapa contohnya adalah Dim Sum House, Steak House, Sushi House dan masih banyak lagi. Dim Sum kini telah berubah menjadi salah satu menu makanan populer di Indonesia. Hampir semua restaurant yang berkonsepkan Chinese pun pasti memiliki sajian menu ini entah sebagai makanan pembuka ataupun hanya sebagai snack bagi para pelanggan. Konon makanan tradisional ini yang sudah terkenal sejak berabad-abad lalu dipersiapkan secara teliti dengan mengombinasikan warna, aroma, rasa, dan juga bentuknya agar tercipta keseimbangan yang dirasakan bagi yang memakan dan juga menarik mata untuk mencobanya. Dari kepopuleran yang terjadi pada Dim Sum dan diiringi perkembangan bisnis *food and beverage* serta tren anak jaman sekarang yang menjadikan makan diluar sebagai kebiasaan. Dibentuk lah sebuah usaha yang diberi nama Dim Sum Inc., Kemang.

Dim Sum Inc., Kemang ini sendiri memiliki target pasar bukan hanya di kalangan remaja namun lebih tepatnya untuk semua kalangan. Terlebih lagi Dim Sum ini sudah ada sejak jaman dahulu sehingga kebanyakan orang tua pun pasti tetap menyukai makanan ini. Dim Sum Inc., Kemang ini memiliki beberapa pesaing di daerahnya yang mulai bermunculan semenjak tempat makan ini ramai pengunjung. Namun Dim Sum Inc., Kemang ini tetap ramai pengunjung dan masih menang dalam bersaing dengan pesaing di daerahnya. Jika ditinjau dari harga, seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa Dimsun Inc menawarkan harga yang bersahabat bagi kantong semua kalangan. Jika ditinjau dari kualitas, setiap produk yang dijual pasti memiliki kualitas.

Ada produk yang memiliki kualitas produk yang baik dan kurang baik. Namun pada kenyataannya untuk memenuhi kepuasan pelanggan, tentu saja apa yang dijual harus sebanding dengan yang dibayarkan oleh pelanggan (Marie et al, 2021). Salah satu faktor yang sangat berpengaruh pada loyalitas pelanggan adalah kualitas produk yang diberikan oleh tempat makan itu sendiri. Jika makanan yang diberikan oleh Dim Sum Inc., Kemang itu memiliki kualitas produk yang sangat baik tentunya pelanggan akan sangat puas dan pasti akan merekomendasikan tempat

makan itu ke orang lain. Namun sebaliknya, jika saja kualitas produk yang diberikan oleh tempat makan itu tidak baik, pasti pelanggan akan kecewa dengan produk yang mereka beli dan kemungkinan keinginan pelanggan untuk kembali makan di restaurant tersebut akan hilang. Hal itu dapat berdampak sangat besar pada bisnis dan bisa menjadi salah satu faktor kalah dengan pesaing. Dengan penjelasan diatas, maka akan muncul pertanyaan bagaimana kualitas produk di Dim Sum Inc., Kemang, bagaimana loyalitas pelanggan di Dim Sum Inc., Kemang dan bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Dim Sum Inc., Kemang.

METODOLOGI

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Dim Sum Inc., Kemang. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner dengan skala likert dari 1 sampai dengan 5. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 148 sampel, hal ini berdasarkan teori Sugiyono (2017) yang mengatakan jumlah sampel yang layak untuk penelitian adalah berjumlah 30 responden sampai dengan 500 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu responden yang kebetulan bertemu dengan responden. Teknik analisis ini menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah deskripsi karakteristik atau demografi responden terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan:

Tabel 1. Demografi

Karakter	Keterangan	Frequency	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	68	45.9%
	Perempuan	80	54.1%
Usia	<20 tahun	44	29.7%
	21-25 tahun	96	64.9%
	26-30 tahun	3	2.0%
	>30 tahun	5	3.4%
	Pelajar/mahasiswa	116	78.4%
Pendidikan Terakhir	Karyawan	19	12.8%
	Wirausaha	8	5.4%
	Ibu Rumah Tangga	1	7%
	Lainnya	4	2.7%

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Jumlah responden yang terbanyak dalam penelitian ini berasal dari jenis kelamin perempuan. Hal ini dapat dipahami karena penyediaan makanan dianggap sebagai suatu bagian dari urusan yang ditangani oleh perempuan dibandingkan laki-laki. Selain itu dilihat dari segi usia, kalangan remaja berusia 21-25 tahun menempati urutan yang terbanyak dari konsumen yang pernah makan di Dimsun Inc Kemang. Hal ini kemungkinan diakibatkan karena anak remaja dalam kelompok usia tersebut lebih banyak mengikuti perkembangan kuliner yang trending topic di sosial media.

Dari segi pendidikan terakhir yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa di karenakan konsumen banyak berasal dari anak remaja yang masih menjalani studi di universitas atau sekolah.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel
Kualitas Produk	X1	0,648	0,136
	X2	0,709	
	X3	0,748	
	X1	0,823	
	X2	0,757	
	X1	0,726	
	X1	0,638	
	X2	0,748	
	X1	0,748	
	X1	0,701	
Loyalitas Pelanggan	Y1	0,472	0,136
	Y2	0,551	
	Y1	0,562	
	Y2	0,580	
	Y3	0,500	
	Y1	0,510	
	Y2	0,473	
	Y3	0,618	

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Hasil uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Untuk mengetahui validitas setiap item pertanyaan dalam instrumen penelitian dapat dilihat melalui kolom r-hitung dan r-tabel. Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa item pernyataan kuesioner untuk variabel kualitas produk (X) dan Loyalitas pelanggan (Y) yang di uji validitasnya, semua item pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0,136.

Tabel 3. Hasil Uji Mean/ rata-rata

NO.	PERNYATAAN	MEAN	MEAN TOTAL X
KUALITAS PRODUK TENTANG RASA			
a.	Dim Sum Inc., Kemang menyajikan banyak varian rasa	4,2	4,13
b.	Rasa dari varian makanan yang disajikan sesuai dengan selera anda		
c.	Rasa dari setiap menu yang disajikan memiliki ciri khas rasa yang dapat diingat		
KUALITAS PRODUK TENTANG AROMA			
a.	Aroma makanan yang disajikan		

NO.	PERNYATAAN	MEAN	MEAN TOTAL X
	Dim Sum Inc., Kemang menggugah selera makan	4,18	4,13
b.	Aroma dari makanan yang disajikan beraroma sedap		
KUALITAS PRODUK TENTANG PENAMPILAN			
a.	Kombinasi warna makanan yang disajikan menarik untuk dilihat dan menambah nafsu makan	4,01	4,13
KUALITAS PRODUK TENTANG PORSI			
a.	Ukuran porsi dari menu yang disajikan memiliki beragam ukuran		
b.	Porsi makanan yang disajikan di Dim Sum Inc., Kemang sesuai dengan harga yang ditawarkan	3,98	4,13
KUALITAS PRODUK TENTANG TEKSTUR			
a.	Tekstur makanan yang disajikan sesuai dengan karakteristik makanan yang disajikan	4,15	4,13
KUALITAS PRODUK TENTANG TEMPERATUR			
a.	Temperatur makanan yang disajikan sesuai dengan karakteristik makanan yang disajikan	4,26	4,13
KEPUASAN PELANGGAN TENTANG KESESUAIAN HARAPAN.			
a.	Harga yang diberikan di Dim Sum Inc., Kemang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	4,13	3,9877
b.	Rasa dan kualitas produk yang disajikan sesuai dengan harapan saya		
KEPUASAN PELANGGAN TENTANG MINAT BERKUNJUNG KEMBALI.			
a.	Dalam waktu dekat saya berencana untuk kembali mengunjungi Dim Sum Inc., Kemang	3,74	3,9877
b.	Dalam kurun waktu sebulan saya mengunjungi Dim Sum Inc., Kemang lebih dari sekali		
c.	Saya akan memilih untuk mengunjungi Dim Sum Inc., Kemang jika saya ingin makan Dimsum		
KEPUASAN PELANGGAN TENTANG KESEDIAAN MEREKOMENDASIKAN.			
a.	Saya akan memberikan informasi kepada teman saya mengenai Dim Sum Inc., Kemang	4,0933	3,9877

NO.	PERNYATAAN	MEAN	MEAN TOTAL X
b.	Saya mengajak teman saya untuk mengunjungi Dim Sum Inc., Kemang		
c.	Saya membicarakan sisi positif mengenai Dim Sum Inc., Kemang kepada teman saya		

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel diatas kualitas produk nilai tertinggi adalah indikator temperatur dikarenakan apabila temperatur makanan yang disajikan tidak sesuai dengan karakter makanan yang disajikan maka dapat dipastikan bahwa produk tersebut tidak secara langsung disajikan setelah selesai dimasak dan itu sangat berpengaruh besar terhadap kualitas sebuah makanan. Semua indikator di dalam variabel X saling berhubungan karena memiliki jumlah mean yang tidak berjauhan jauh antara yang satu dengan yang lainnya. Sedangkan loyalitas pelanggan dapat dilihat nilai terendah adalah indikator minat berkunjung kembali karena orang suka akan suatu tempat atau produk belum tentu mereka memiliki minat berkunjung kembali walaupun rata-rata akan tetap loyal dan berkunjung kembali tetapi jika dibandingkan dengan indikator lain minat berkunjung kembalilah yang paling rendah. Dapat disimpulkan bahawa indikator didalam variabel Y saling berhubungan karena memiliki jumlah mean yang tidak berjauhan antara satu dengan yang lainnya.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Kualitas Produk (X)	.897
Loyalitas Pelanggan(Y)	.866

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel adalah reliabel karena memiliki cronbach's alpha > nilai alpha 0,60 yang digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi Pearson 2 Variabel

		Kualitas Produk	Loyalitas Produk
Kualitas Produk	Pearson correlation	1	.756"
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	148	148
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.756"	1
	Sig (2-tailed)	.000	
	N	148	148

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Dari tabel diatas terdapat hubungan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Dimsun Inc Kemang yaitu sebesar 0.756. angka tersebut bernilai positif yang artinya semakin tinggi variabel X yaitu kualitas produk, maka variabel Y yaitu loyalitas pelanggan meningkat juga. Dapat disimpulkan bahwa hubungan antara

variabel X yaitu kualitas produk terhadap variabel Y yaitu loyalitas pelanggan memiliki korelasi kuat.

Tabel 6. Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.571	.568		3.562

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas nilai R-Square sebesar 0.571, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel kualitas produk dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kunjungan kembali di Dimsun Inc Kemang adalah sebesar 57.1% selebihnya dipengaruhi oleh 42.9% faktor lainnya yang tidak diteliti di penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.error	Beta		
(Constant)	1.201	2.212		.543	.588
Kualitas Produk	.739	.053	.756	13.937	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien regresi (b) kualitas produk sebesar 0,739 dapat dikatakan bahwa kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0.739 atau 73,9%, persamaan regresi linear sederhana yang didapat $Y=1.201+0.739X$. Nilai koefisien regresi kualitas produk yang positif menunjukkan bahwa arah pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan adalah positif, dengan kata lain adalah semakin baik atau tinggi kualitas produk maka semakin tinggi loyalitas pelanggan di Dimsum Inc Kemang.

Berdasarkan tabel di atas nilai signifikan kualitas produk adalah 0.000 yang berarti nilai signifikan kualitas produk (0,000) lebih kecil dari 0,05, kesimpulannya bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini karena kualitas produk yang diberikan suatu produk juga bisa menjadi alasan konsumen untuk loyal terhadap produk tersebut. Kualitas produk Dim Sum Inc., Kemang sangat memiliki rasa yang baik, aroma yang sedap dan menggugah selera, penampilan makanan yang menambah nafsu makan, porsi yang sesuai dengan harga yang ditawarkan, tekstur dan temperature sesuai dengan karakteristik makanan. Hal tersebut dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amrullah, et al (2022), Ratnaningtyas et al (2022), Indrawati (2018) dan Ahmaddien & Widati (2019)

SIMPULAN

Hasil pengujian menggunakan analisis regresi liner sederhana menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan tidak mempengaruhi hubungan antara kualitas produk dan loyalitas

pelanggan. Hal ini berarti kepuasan tidak bertindak sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan diketahui lebih domain berfungsi sebagai variabel independen (*predictor*) yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Sebaiknya Dimsun Inc, Kemang menambah inovasi produk seperti penambahan porsi dari setiap produk makanan yang disajikan juga membuat lebih banyak variasi menu dimsum menjadi lebih banyak lagi sehingga konsumen dari Dimsun Inc dapat memiliki minat berkunjung kembali yang lebih tinggi lagi untuk berkunjung ke Dimsun Inc, Kemang.

Referensi :

- Ahmaddien, I., & Widiati, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Go Food Melalui Variabel Kepuasan. *Informasi Teknik dan Niaga*, 19(1): 40-45.
- Amrullah., Taviprawati, E. & Permatasari, D. (2022). The Effect of Product Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Pempek 888 Taman Kenten Palembang Restaurant. (*TRJ*) *Tourism Research Journal*, 6(1):49-59.
- Indrawati, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Cincau Station Surabaya. *Agora*, 6(2): 1-5.
- Marie, A. L., Sulisty, T. D., Ratnaningtyas, H., & Monita, M. Pengaruh Peran Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Praja, Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 6(2): 13-17.
- Ratnaningtyas, H., Nurbaeti., Asmaniaty, F., & Amrullah. (2022). The Effect of 4p on The Decision to Visit Ampera 2 Tak Veteran's Restaurant Bintaro, Jakarta Selatan. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1): 149-159.
- Setiyono, J., & Sutrimah. (2016). Analisis Teks dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (Xl Dengan Kartu As). *Jurnal Pedagogia*, 5(2): 297-310.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Kartini, N. L., & Wahyuningsih, S. (2021). Ekspektasi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Makanan Tradisional di Badung Selatan-Bali. *Hospitality*, 10(2): 181-190.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Indrawan, I. (2020). Manajemen Pemasaran di Era Globalisasi. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Zulfadhi., & Desfirina. (2019). E-Commerce dan Prospeknya di EraTeknologi 4.0. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(4): 1-8.