

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS MITRA MELALUI KEPUASAN MITRA  
(Studi Pada Mitra Leker Joker Corporation di Yogyakarta)**

**Qurrota Ayun, Sri Suryoko**

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

Email : [qurrotadewata17@gmail.com](mailto:qurrotadewata17@gmail.com)

**Abstract**

*In order to get loyal customers, many companies produce products that are more unique and of high value, in order to win the competition. Joker Corporation as one of the companies engaged in the field of food and beverage will always create delicious, innovative, unique, interesting and up-to-date products to create partner loyalty. However, from 735 leker partners scattered in various regions in Indonesia since 2013, there are currently only 30 active partners, namely partners who are still re-buying raw materials and complement of joker leker from Joker Corporation. This indicates the quality of the product and the price offered does not give satisfaction to partners which results in low partner loyalty. This study aims to determine the effect of product quality and price on partner loyalty through partner satisfaction with the Joker Corporation leker partner in Yogyakarta. The sample in this study amounted to 30 respondents with census sampling techniques. Analysis of the data used in this study is path analysis using SPSS 26, where previously validity tests, reliability tests, cross tabulation analysis, correlation coefficients, coefficient of determination, simple and multiple linear regression analysis, and significance tests (t test and F test). The results of this study indicate that product quality and price partially have a positive and significant effect on partner satisfaction and partner loyalty. And simultaneously shows that product quality and price have a positive and significant effect on partner satisfaction and partner loyalty. Price variable have a greater influence on partner satisfaction and partner loyalty than product quality variable.*

**Keywords: Product Quality, Price, Partner Satisfaction, and Partner Loyalty**

**Abstraksi**

Demi mendapatkan konsumen yang loyal, banyak perusahaan menghasilkan produk yang lebih unik dan bernilai tinggi, demi memenangkan persaingan. Joker Corporation sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman akan selalu menciptakan produk yang lezat, inovatif, unik, menarik dan mengikuti perkembangan zaman agar tercipta loyalitas mitra. Namun dari 735 mitra leker yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia sejak tahun 2013, saat ini hanya menyisakan 30 mitra aktif yaitu mitra yang masih melakukan pembelian ulang bahan baku dan pelengkap leker joker dari Joker Corporation. Hal ini mengindikasikan kualitas produk dan harga yang ditawarkan kurang memberi kepuasan kepada mitra yang berdampak pada rendahnya loyalitas mitra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas mitra melalui kepuasan mitra pada mitra leker Joker Corporation di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 responden dengan teknik pengambilan sampel sensus. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* menggunakan program SPSS 26, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, analisis tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana dan berganda, dan uji signifikansi (uji t dan uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra dan loyalitas mitra. Dan secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra dan loyalitas mitra. Variabel harga memberikan pengaruh lebih besar terhadap kepuasan mitra dan loyalitas mitra daripada variabel kualitas produk.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Mitra, dan Loyalitas Mitra**

## **Pendahuluan**

Loyalitas konsumen menjadi sangat penting jika sebuah unit bisnis ingin beroperasi secara berkelanjutan dan menghadapi persaingan. Terlebih lagi saat ini sudah banyak sekali produk atau jasa yang sama dan ditawarkan pada pasar yang sama. Di setiap sektor pun demi mendapatkan konsumen yang loyal, banyak pengusaha mulai melakukan strategi yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen. Seperti menghasilkan produk atau jasanya menjadi lebih unik dan bernilai tinggi, demi memenangkan persaingan.

Setiap pengusaha pasti menginginkan konsumen yang tidak hanya membeli produk atau jasanya sekali, melainkan berkali-kali secara berkelanjutan, demi memenangkan persaingan. Maka dari itu, para pengusaha tidak cukup menghasilkan produk, memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk dan memberikan pelayanan pada para konsumen, tetapi juga harus tetap memperhatikan hal-hal yang dapat membuat konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan itu sendiri.

Menurut Dharmmesta (1999:128), faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas adalah faktor harga, pelayanan, kualitas produk dan promosi. Harga sangat menentukan loyalitas konsumen karena besarnya harga yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh konsumen. Menurut Peter dan Olson (2014), strategi produk dimaksudkan untuk memengaruhi konsumen, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Dalam jangka pendek, strategi produk dimaksudkan memengaruhi konsumen agar mencoba produk; dalam jangka panjang, strategi produk dirancang untuk mengembangkan kesetiaan kepada merek dan mendapatkan pangsa pasar yang besar.

Salah satu perusahaan yang menawarkan produk dalam bidang makanan dan minuman adalah Joker Corporation. Joker Corporation merupakan salah satu perusahaan makanan dan minuman di Yogyakarta yang menawarkan program kemitraan, sehingga konsumennya bukan merupakan konsumen akhir, melainkan mitra. Salah satu produk makanan Joker Corporation adalah leker joker. Berdasarkan data yang didapat, sejak tahun 2013 Joker Corporation telah memiliki 735 mitra leker yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, namun saat ini hanya menyisakan 30 mitra aktif yaitu mitra yang masih melakukan pembelian ulang bahan baku dan pelengkap dari Joker Corporation. Hal tersebut terjadi karena banyak pelanggan yang beralih menggunakan bahan baku dan pelengkap pesaing.

Mitra akan membandingkan kualitas produk dan harga yang diberikan perusahaan dengan yang mereka harapkan. Jika mitra merasa puas, maka mitra akan kembali melakukan pembelian ulang dan menjadi mitra yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, yaitu mendapatkan mitra yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika mitra merasa tidak puas, maka mitra tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah mitra dari perusahaan tersebut.

## **Kajian Teori**

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler (2009) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Kotler and 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.

### **Harga**

Harga menurut Kotler & Armstrong (2012) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa. Juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa (Lupiyoadi, 2001).

### **Kepuasan**

Menurut Kotler (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang

diharapkan. Jika konsumen menunjukkan perasaan senang, hal itu dapat menandakan bahwa mereka puas terhadap produk yang mereka konsumsi, dan sebaliknya jika para konsumen menunjukkan perasaan kecewa terhadap produk telah mereka beli itu berarti tidak puas. Mowen dan Minor (2002) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan konsumen dapat dijadikan evaluasi oleh perusahaan menyangkut kinerja produk yang dihasilkan apakah bagus atau tidak ataupun cocok digunakan atau tidak. Konsumen cenderung tidak akan melakukan pembelian ulang yang berikutnya apabila produk dirasakan tidak memberikan kepuasan. Jadi, apabila konsumen merasakan kepuasan maka akan mengarah kepada perilaku positif untuk melakukan pembelian berulang dan dapat setia pada produk tersebut.

### **Loyalitas**

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama. Indikator dari loyalitas pelanggan menurut Kotler & Keller (2009) adalah *repeat purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk); *retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan); *referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).

### **Metode**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatori. Menurut Sugiyono (2013) penelitian eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang memengaruhi hipotesis. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga, loyalitas mitra sebagai variabel dependen, dan kepuasan mitra sebagai variabel intervening. Selain itu, tipe penelitian ini juga menguji hipotesa yang diajukan apakah akan diterima atau ditolak. Populasi dalam penelitian ini merupakan mitra aktif leker Joker Corporation di Indonesia. Menurut Sugiyono (2013), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan sensus, karena jumlah anggota populasi hanya 30 mitra. Dengan demikian seluruh anggota mitra menjadi responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana dan berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F) satu arah, dan analisis jalur (*path analysis*).

### **Hasil dan Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan mitra. Hal ini terbukti melalui koefisien regresi pada variabel kualitas produk adalah 0,626. Angka tersebut bernilai positif, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk akan memberikan pengaruh positif terhadap variabel kepuasan sebesar 0,626. Kemudian hasil penelitian nilai t hitung sebesar 8,427 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,701 yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan mitra. Hasil pengujian tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 71,7 persen yang artinya adalah variabel kepuasan mitra dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk sebesar 71,7 persen.

Selain kualitas produk, harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra. Hal ini terbukti dari koefisien regresi pada variabel harga adalah 0,930 yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga akan memberikan pengaruh positif terhadap variabel kepuasan sebesar 0,930. Hasil penelitian nilai t hitung sebesar 10,327 lebih besar dari t tabel sebesar 1,701 yang menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan mitra. Hasil pengujian tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 79,2 persen yang artinya adalah variabel kepuasan mitra dapat dijelaskan oleh variabel harga sebesar 79,2 persen.

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mitra. Hal ini terbukti dari koefisien regresi pada variabel kualitas produk adalah 0,693 yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk akan memberikan pengaruh positif terhadap variabel loyalitas sebesar 0,693. Hasil penelitian nilai t hitung sebesar 8,409 lebih besar dari t tabel sebesar 1,701 menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas mitra. Hasil pengujian tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 71,6 persen yang artinya adalah variabel loyalitas mitra dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk sebesar 71,6 persen.

Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mitra. Hal ini terbukti dari koefisien regresi pada variabel harga adalah 1,087 yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga akan memberikan pengaruh positif terhadap variabel loyalitas sebesar 1,087. Hasil penelitian nilai t hitung sebesar 14,453 lebih besar dari t tabel sebesar 1,701 menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas mitra. Hasil pengujian tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 88,2 persen yang artinya adalah variabel loyalitas mitra dapat dijelaskan oleh variabel harga sebesar 88,2 persen.

Kepuasan mitra memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini terbukti dari koefisien regresi pada variabel kepuasan adalah 1,037 yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan akan memberikan pengaruh positif terhadap variabel loyalitas sebesar 1,037. Kemudian hasil penelitian nilai t hitung sebesar 14,148 lebih besar dari t tabel sebesar 1,701 yang menunjukkan bahwa kepuasan memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas mitra. Hasil pengujian tersebut diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 87,7 persen yang artinya adalah variabel loyalitas mitra dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan sebesar 87,7 persen.

Melalui kepuasan mitra, terjadi peningkatan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas mitra. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas mitra yang sebelumnya hanya sebesar 0,187 naik menjadi 0,735, dan pengaruh langsung harga terhadap loyalitas mitra yang sebelumnya hanya sebesar 0,507 naik menjadi 0,910. Hasil ini membuktikan bahwa dengan adanya kepuasan mitra, maka persepsi mitra mengenai loyalitas mereka akan semakin meningkat.

Dapat diketahui bahwa besarnya tingkat kepuasan mitra Joker Corporation salah satunya dipengaruhi oleh kualitas bahan baku dan pelengkap yang ditawarkan Joker Corporation. Kualitas bahan baku dan pelengkap yang baik secara langsung akan memengaruhi tingkat kepuasan mitra, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus menerus akan mengakibatkan mitra yang selalu setia membeli atau menggunakan bahan baku dan pelengkap tersebut dan disebut loyalitas mitra. Mitra menilai bahan baku dan pelengkap memiliki citarasa yang maksimal, tidak mudah rusak atau kadaluwarsa, dan secara keseluruhan baik. Namun nilai kelezatan, kerenyahan, topping dan kemasan yang menarik, inovatif dan unik masih dibawah nilai rata-rata kualitas produk, karena mitra merasa bahwa leker joker biasa saja dan sudah banyak merek leker lain yang menggunakan topping sejenis.

Bahan baku dan pelengkap yang memiliki kualitas yang sama akan tetapi menetapkan tarif yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada mitra, sehingga dapat dikatakan bahwa jika semakin baik Joker Corporation dalam menetapkan harga jual bahan baku dan pelengkap, maka kepuasan mitra akan semakin mudah untuk dicapai. Harga bahan baku dan pelengkap yang ditawarkan Joker Corporation membuat mitra merasa puas, karena harga dianggap sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh dan lebih rendah jika dibandingkan dengan harga pesaing. Namun keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh mitra masih dibawah nilai rata-rata persepsi mitra, karena masih banyak mitra yang menilai dengan ragu-ragu dengan menjawab cukup sesuai dan cukup terjangkau.

Mitra yang merasa puas dengan kinerja produk dan harga yang diberikan perusahaan akan membuat mitra loyal karena mereka bersedia memilih perusahaan sebagai pilihan utama ketika membeli ulang. Mitra merasa puas dengan kinerja tepung leker, karena sesuai dengan harapan mitra dan berminat membeli ulang bahan baku dan pelengkap dari Joker Corporation. Namun, kesediaan mitra untuk merekomendasikan produk kepada orang lain masih dibawah nilai rata-rata kepuasan, karena mitra sendiri masih banyak yang ragu dalam membeli ulang bahan baku dan pelengkap dari Joker Corporation.

Loyalitas mitra dipengaruhi oleh tingkat kepuasan mitra. sehingga dapat dikatakan jika semakin tinggi tingkat kepuasan mitra, maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas mitra terhadap Joker Corporation. Dalam hal ini mitra cukup loyal, karena berkeinginan menjadikan bahan baku dan pelengkap dari Joker Corporation sebagai pilihan utama. Namun, mayoritas mitra tidak teratur dalam melakukan pembelian ulang bahan baku dan pelengkap serta tidak berminat membeli antarlini. Jadi, mitra harus lebih diberi kepuasan dahulu, agar loyalitas menjadi tinggi.

## **Kesimpulan dan Saran**

Kualitas bahan baku tepung leker beserta pelengkap nya (topping dan kemasan) yang ditawarkan Joker Corporation dipersepsikan baik oleh mitra. Semakin baik kualitas produk yang

diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan mitra dan semakin tinggi pula tingkat loyalitas mitra. Namun masih ada nilai kualitas produk yang dibawah rata-rata yaitu rasa lezat dan renyah, topping dan kemasan yang menarik, serta leker inovatif dan unik.

Penetapan harga bahan baku dan pelengkap Joker Corporation dipersepsikan baik oleh mitra, namun ada nilai harga yang dibawah rata-rata yaitu keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh mitra. Jika strategi penetapan harga yang ditetapkan perusahaan semakin baik, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan mitra dan akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas mitra

Kepuasan mitra Joker Corporation tergolong cukup tinggi, akan tetapi masih ada nilai kepuasan dibawah rata-rata yaitu kesediaan merekomendasikan kepada pihak lain. Strategi penetapan harga dan kualitas produk yang diberikan akan memengaruhi kepuasan mitra. Jika kepuasan mitra bertambah, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas mitra.

Loyalitas mitra Joker Corporation tergolong cukup tinggi. Meskipun sebagian besar responden tidak melakukan pembelian ulang bahan baku dan pelengkap secara teratur, serta tidak berminat membeli antar lini paket kemitraan, sebagian besar mitra masih cukup berkeinginan menjadikan Joker Corporation sebagai pilihan utama dalam membeli bahan baku dan pelengkap leker. Dengan adanya kepuasan pelanggan, maka persepsi pelanggan mengenai loyalitas mereka akan semakin meningkat.

Kualitas produk yang diberikan perusahaan harus lebih diperhatikan lagi, seperti dalam hal kerenyahan dan kelezatan citarasa leker, tambahan topping dan pembuatan kemasan yang lebih menarik, serta variasi rasa yang lebih inovatif dan unik. Perusahaan juga diharapkan dapat menetapkan harga yang lebih terjangkau oleh daya beli mitra dan disesuaikan dengan manfaat yang bisa diperoleh mitra ketika menggunakan bahan baku dan pelengkap dari Joker Corporation. Kepuasan mitra harus dijadikan tujuan utama oleh perusahaan, sehingga dapat membuat mitra bersedia merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan mitra dapat diwujudkan perusahaan dengan memberikan kualitas bahan baku dan pelengkap yang optimal serta harga yang terjangkau bagi mitra yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Perusahaan juga harus memperhatikan beberapa faktor agar mitra dapat melakukan pembelian ulang bahan baku dan pelengkap secara lebih teratur dan berkala dalam kurun waktu yang lama, bahkan tertarik untuk membeli paket kemitraan produk selain leker, dengan mewujudkan kepuasan mitra.

## Daftar Pustaka

- Dharmmesta, Bashu, Swastha. 1999. *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No.3
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.