

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI PADA KONSUMEN
DAK NALGAE TEMBALANG KOTA SEMARANG)**

Atifa Alif Febryanti¹, Sudharto P. Hadi², Sari Listyorini³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

³Email: sarilistyorini@lecturer.undip.ac.id

Abstract: *The intense competition caused several companies to experience fluctuating sales. The decline in customer loyalty is reflected in fluctuating sales and the number of visitors which has tended to decrease over the last two months. Problems that arise: Does product quality affect customer loyalty? Does service quality affect customer loyalty? Does product quality and service quality affect customer loyalty? Quantitative research with the type of explanatory research, which is research conducted in order to find out the reasons behind something happening and what influences it to happen. The population in this study were Dak Nalgae Tembalang visitors who had bought Dak Nalgae Tembalang products and the samples taken by the researchers were 100 respondents. The research data analysis method used SPSS version 28.0. The results showed that product quality had a positive and significant effect on customer loyalty. Each service quality variable has a positive and significant effect on customer loyalty. Then, the variables of product quality and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty. The suggestion from this research is that companies need to pay attention to several supporting facilities to support product quality and service quality so that consumers remain loyal to the company.*

Keywords: *product quality, service quality, customer loyalty*

Abstraksi: Ketatnya persaingan menyebabkan beberapa perusahaan mengalami penjualan yang fluktuatif. Dengan menurunnya loyalitas pelanggan tercermin dari penjualan yang fluktuatif dan jumlah pengunjung yang cenderung menurun selama dua bulan terakhir. Masalah yang muncul: Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? Penelitian kuantitatif dengan tipe explanatory research, yang mana penelitian yang dilakukan agar dapat mengetahui alasan dibalik terjadinya sesuatu hal dan apa yang mempengaruhi terjadinya hal tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Dak Nalgae Tembalang yang pernah membeli produk Dak Nalgae Tembalang dan sampel yang diambil peneliti sebanyak 100 responden dengan metode analisis data penelitian ini menggunakan SPSS versi 28.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu, variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun saran dari penelitian ini adalah perusahaan perlu memperhatikan beberapa fasilitas pendukung untuk menunjang kualitas produk dan kualitas pelayanan agar konsumen tetap loyal terhadap perusahaan tersebut.

Kata Kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

Pendahuluan

Perkembangan rumah makan ala Korea saat ini seolah menjadi tren terkini yang melekat pada masyarakat dan telah menjadi gaya hidup. Maraknya bisnis rumah makan ala Korea menjadi pemicu tersendiri bagi para pengusaha untuk tidak harus canggung. Untuk mempertahankan eksistensinya dan tetap menjadi pilihan terbaik bagi konsumen, pengusaha harus memahami dan memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini terjadi karena kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2006) loyalitas pelanggan adalah tingkat kesetiaan pelanggan terhadap merek tertentu melalui pembelian berulang dan berbagai perilaku positif lainnya, seperti *word to mouth* dan mudah terlepas dari tekanan pemasaran dari merek pesaing lainnya. Swastha dan Handoko (2011) mengklasifikasi lima faktor terpenting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Menurut Garvin (2015) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk dikenali dan diakui oleh banyak orang karena ciri khasnya.

Menurut Parasuraman (2013) kualitas pelayanan adalah sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengelola tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Dak Nalgae merupakan rumah makan ala Korea yang didirikan pada tahun 2020.

Dak Nalgae telah berkembang begitu pesat yang ditandai dengan adanya 10 cabang di Indonesia yang dimiliki Dak Nalgae salah satunya Dak Nalgae Tembalang Kota Semarang. Dengan berkembangnya Dak Nalgae secara pesat, akan banyak masalah yang muncul antara lain kualitas produk dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dak Nalgae. Perubahan total penjualan dan jumlah pengunjung Dak Nalgae Tembalang selama beberapa bulan terakhir menunjukkan fluktuasi loyalitas penjualan.

Tabel 1 Data Penjualan Dak Nalgae Tembalang Oktober 2021 – Juli 2022

Bulan	Total Penjualan	Target Penjualan	Pencapaian Target %	Pertumbuhan Penjualan (%)
Oktober 2021	Rp 31.312.900	Rp 50.000.000	63%	-
November 2021	Rp 70.748.350	Rp 50.000.000	141%	125%
Desember 2021	Rp 179.543.300	Rp 200.000.000	90%	153%
Januari 2022	Rp 185.604.950	Rp 200.000.000	93%	3%
Februari 2022	Rp 185.532.050	Rp 200.000.000	93%	0%
Maret 2022	Rp 275.277.100	Rp 250.000.000	110%	48%
April 2022	Rp 250.171.650	Rp 250.000.000	100%	-9%
Mei 2022	Rp 268.295.200	Rp 300.000.000	89%	7%
Juni 2022	Rp 243.913.281	Rp 300.000.000	81%	-9%
Juli 2022	Rp 214.470.508	Rp 300.000.000	71%	-12%

Sumber: Dak Nalgae, 2024

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa produk yang disajikan oleh Dak Nalgae Tembalang sangat beragam, memiliki ciri khas rasa tersendiri, memiliki nilai keestetikan dalam penyajian, sedikit memiliki kecepatan dalam penyajian, karyawannya ramah, karyawannya berpenampilan rapi dan bersih, tempat makan untuk *dine in* cukup panas ketika siang hari, memiliki mushola dan toilet yang cukup bersih, namun untuk pelayanannya mungkin lebih ditingkatkan lagi kepekaannya terhadap pelanggan dan terkadang pesannya digabungkan dengan yang pesan online sedikit menunggu. Maka dari itu, dengan latar belakang diatas, Dak Nalgae Tembalang harus memberikan perhatian untuk menyediakan produk dan pelayanan dengan kualitas terbaik kepada pelanggan.

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: (1) apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang? (2) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang? (3) apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dak Nalgae

Tembalang?

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

Menurut Hadi (2007) perilaku konsumen adalah aktivitas orang-orang yang terlibat langsung dalam perolehan dan penggunaan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2016) perilaku konsumen merupakan kebiasaan konsumen yang secara dramatis meningkatkan permintaan akan produk. Perilaku konsumen adalah serangkaian hal yang memengaruhi dan mendasari konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Perilaku konsumen didasarkan pada rasa ingin tahu serta kehilangan konsumen guna mencari produk yang diinginkannya. Faktor utama perilaku konsumen adalah keadaan dan situasi masyarakat tempat konsumen lahir dan berkembang. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap konsumen menunjukkan karakteristik perilaku konsumen yang berbeda yang diakibatkan oleh perbedaan tempat lahir dan perkembangan konsumen tersebut. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Kotler & Keller, 2009) antara lain, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2006) loyalitas pelanggan adalah tingkat kesetiaan pelanggan terhadap merek tertentu melalui pembelian berulang dan berbagai perilaku positif lainnya, seperti *word to mouth* dan mudah terlepas dari tekanan pemasaran dari merek pesaing lainnya. Swastha dan Handoko (2011) mengklasifikasi lima faktor terpenting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Kotler dan Keller dalam Khorunnisa (2020) menyatakan loyalitas pelanggan mempunyai 3 indikator, yaitu; *repeat purchase* (pembelian ulang produk), *retention* (kekebalan pada dampak negatif terkait perusahaan), dan *referalls* (memberi referensi secara penuh terkait eksistensi perusahaan).

Kualitas Produk

Menurut Garvin (2015) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk dikenali dan diakui oleh banyak orang berdasarkan ciri khasnya. Konsumen percaya diri untuk membeli suatu produk setelah berbagi informasi produk dan membandingkannya dengan produk sejenis lainnya untuk mengetahui produk mana yang memiliki kualitas produk yang lebih baik (Salim, 2018). Oleh karena itu, kualitas produk yang baik merupakan tuntutan dan suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar konsumen tidak beralih ke produk pesaing lainnya. Menurut Garvin (2015) kualitas produk untuk mengukur kualitas dari suatu produk memerlukan 8 dimensi yaitu, kinerja (*performance*), tampilan (*Features*), keandalan (*reliability*), konformansi (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*serviceability*), Estetika (*aesthetics*), dan kesan kualitas (*perceived quality*).

Kualitas Pelayanan

Parasuraman (2013) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Konsumen merasa diperhatikan dan dihargai ketika pengusaha dapat memberikan pelayanan yang optimal. Parasuraman dalam (2013) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, ditemukan bahwa kualitas pelayanan utama setidaknya memiliki lima dimensi berdasarkan tingkat kepentingan relatifnya yaitu, reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*). Meningkatkan kualitas pelayanan bisa dilakukan dengan melakukan review dilanjutkan dengan perbaikan (Tech, 2020). Tentu harus dilakukan rutin dan terjadwal dengan

harapan perbaikan dapat terus dilakukan secara konsisten dalam waktu lama. Terbuka dengan masukan pelanggan cara pertama mengukur kualitas pelayanan karyawan. Melakukan survei pelanggan dapat dilakukan untuk mendapat ulasan, pendapat, kritik, saran, atau masukan. Tentu survei yang dilakukan jangan menggunakan manual seperti ujian kertas. Survei dapat dilakukan dengan cara lebih modern dan menyenangkan mengikuti perkembangan zaman. Misalnya pengunjung dapat memberi ulasan melalui Google Analytics, Instagram, Facebook, Twitter, atau media sosial lainnya. Penyedia jasa dapat mengemas survei dengan iming-iming diskon atau potongan belanja dalam periode tertentu (Ali & Raza, 2017). Masukandari survei dilakukan dengan rahasia. Artinya, pengunjung dapat memberi ulasan sejujur mungkin. Masukan ini yang harus jadi bahan perbaikan untuk sebuah usaha.

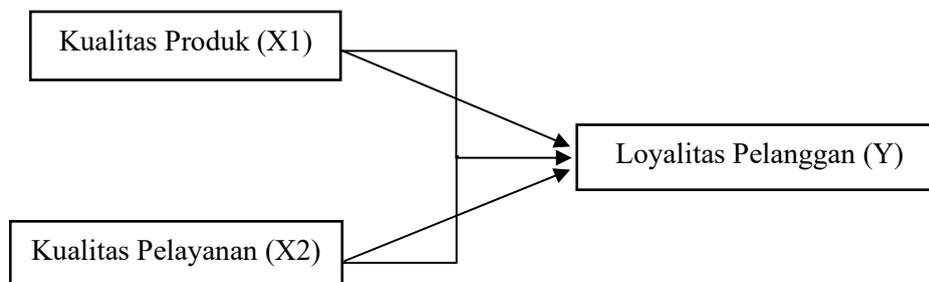
Hipotesis

Hipotesis diperlukan guna mengarahkan kajian agar bisa menjawab dengan sementaradari rumusan masalahnya. Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: Terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap loyalitas pelangganDak Nalgae Tembalang

H2: Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelangganDak Nalgae Tembalang

H3: Terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadaployalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang



Gambar 1 Model Hipotesis

Metodologi Penelitian

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research dikarenakan ingin mengetahui hubungan antar variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan loyalitas pelanggan (Y).

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Dak Nalgae Tembalang yang jumlahnya tidak dapat diketahui.

Sampel

Dengan jumlah populasi yang belum dapat diketahui, maka menurut Cooper (2012) ukuran

sampel dalam populasi yang belum ditentukan menghasilkan ukuran sampel 100. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden pelanggan Dak Nalgae Tembalang yang pernah membeli produk Dak Nalgae sebanyak minimal dua kali dalam sebulan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan jenis skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara langsung.

Hasil

Melalui proses pengambilan data dengan kuesioner maka hasil dari pengumpulan data tersebut kemudian diolah menggunakan Software SPSS versi 28 dengan hasil penelitian yang diperoleh pada table 2.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji korelasi yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa adanya korelasi yang kuat antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji yang telah diperoleh hasil nilai t hitung lebih besar dibandingkan t tabel. Hasil pengujian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian adalah signifikan. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang diduga adanya pengaruh positif antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima. Kualitas produk akan sangat menentukan pesatnya tidaknya suatu perusahaan karena dengan memiliki kualitas produk yang baik, konsumen akan tertarik untuk mencoba produk tersebut dan akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Pradhana, 2015). Menurut Stanton dalam Maulana (2017) jika produk yang ditawarkan perusahaan memiliki kualitas yang baik, maka konsumen akan membelinya dikarenakan adanya rasa puas yang diterima, berujung pada pembelian ulang produk dan berakhir menjadi pelanggan yang loyal. Suatu produk yang tidak memenuhi kualitas akan sangat mudah ditinggalkan oleh pelanggan dan berujung untuk beralih pada produk lain yang sejenis.

Maka dari itu, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut. Sesuai dengan hasil penelitian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan. Hal ini didukung oleh data SPSS dimana ditemukannya hubungan yang kuat antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,683. Hasil uji t pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dapat disimpulkan bahwasanya nilai t -hitung ($9,264$) > t -tabel ($1,660$) yang berarti **Ho ditolak dan Ha diterima**. Hipotesis yang diuji dengan menggunakan Uji t ini mendapat kesimpulan bahwa terdapat adanya pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Dak Nalgae Tembalang. Hal ini menandakan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adhika Pradhana (Pradhana, 2015) melalui hasil penelitiannya dengan menggunakan *locus* Lempia Mbak Lien Semarang menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil olah data dalam penelitian ini menilai kualitas produk dari Dak Nalgae Tembalang berada pada kategori cukup baik. Penting bagi Dak Nalgae Tembalang untuk mempertahankan indikator-indikator yang sudah dinilai baik oleh konsumen serta meningkatkan indikator yang masih memiliki nilai di bawah rata-rata. Indikator yang

memiliki nilai di atas rata-rata adalah kualitas rasa produk yang sesuai dengan selera responden, produk Dak Nalgae Tembalang bervariasi. Kemudian untuk indikator yang perlu ditingkatkan adalah penyajian produk, banyak konsumen menilai penampilan yang disajikan biasa sehingga kurang menarik pelanggan dalam menikmati produk yang disajikan.

Tabel 2. Hasil Pengujian

No	Uji Hipotesis	Hasil		Keterangan		
		T/F Hitung	Signifikansi	Korelasi	Determinasi	Hipotesis
1	Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	9,264	0,000	0,683	46,7%	Ha Diterima
2	Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	9,108	0,000	0,677	45,8%	Ha Diterima
3	Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	87,912	0,000	0,803	64,4%	Ha Diterima

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji korelasi yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa adanya korelasi yang kuat pula antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t yang telah diperoleh hasil nilai t hitung lebih besar dibandingkan t tabel. Hasil pengujian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang diduga adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima. Loyalitas pelanggan adalah output atau hasil dari kualitas pelayanan (Jatmiko, 2012). Kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas suatu tingkat pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan bisnis kuliner. Gautama dalam (Firdaus, 2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimana hasilnya dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang ada. Perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan ketika dalam merumuskan strategi dan program pelayanannya. Sesuai dengan hasil penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan. Hal ini didukung oleh data SPSS dimana ditemukannya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas

pelanggan sebesar 0,677. Hasil uji t pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dapat disimpulkan bahwasanya nilai t-hitung (9,108) > t- tabel (1,660) yang berarti **Ho ditolak dan Ha diterima**. Hipotesis yang diuji dengan menggunakan Uji t ini mendapat kesimpulan bahwa terdapat adanya pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Dak Nalgae Tembalang. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Monika Krisjayanti (2018) dengan judul Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan ICOS CAFE) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya sama dengan variabel kualitas produk, hasil olah data menilai kualitas pelayanan Dak Nalgae Tembalang juga berada pada kategori baik. Beberapa indikator yang dapat dipertahankan oleh Dak Nalgae Tembalang ialah penampilan karyawan yang dinilai rapi, karyawan yang mengerti akan kebutuhan dan keinginan konsumen, ketanggapan karyawan dalam menangani keluhan konsumen, serta kemampuan Dak Nalgae Tembalang dalam memberikan jaminan produk kepada konsumen. Kemudian untuk indikator yang perlu dilakukan perbaikan adalah kurangnya kenyamanan yang dirasakan konsumen ketika berada di dalam ruangan, fasilitas pendukung seperti ac, tempat parkir, toilet dan *wifi* yang dinilai masih kurang layak dan dapat ditingkatkan, serta perlunya peningkatan kecepatan penyajian produk kepada konsumen.

Berdasarkan hasil uji korelasi yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil bahwa antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan korelasi yang kuat. Uji t yang telah dilakukan oleh penulis diperoleh hasil nilai t hitung lebih besar dibandingkan t tabel. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang diduga adanya pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Dak Nalgae sebagai rumah makan Korea, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam memilih rumah makan tersebut. Untuk menjawab hipotesis yang terakhir, dimana hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang. Pengaruh yang diberikan juga dikagetorikan dalam hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,803. Untuk hasil persamaan regresi linear bergandanya adalah $Y = 1,961 + 0,244 X1 + 0,228 X2$, yang artinya terdapat hubungan yang positif dan searah, dimana di dalam meningkatkan variabel loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Semakin baik penilaian konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang. Hasil uji F pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dapat ditarik kesimpulan **Ho ditolak dan Ha diterima**, dimana hipotesis 3 (H3) “kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan” **diterima**. Pengujian hipotesis tersebut menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Dak Nalgae Tembalang. Hal ini menunjukkan jika penilaian konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan Dak Nalgae Tembalang baik, maka akan meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang. Sebaliknya, jika penilaian konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki buruk,

maka loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang akan menurun. Maka dari itu, dapat dikatakan hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nuryan Dimas M. (2018) sebelumnya dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Penyet Kuah pada Rumah Makan Timoho Kecamatan Tembalang Kota Semarang yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil olah data mengenai tingkat loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang tergolong pada kategori baik. Dari beberapa indikator yang digunakan, konsumen bersedia merekomendasikan Dak Nalgae Tembalang kepada orang lain menjadi alasan mengapa tingkat loyalitas pelanggan dikategorikan tinggi. Kemudian untuk indikator yang perlu diperhatikan oleh Dak Nalgae Tembalang adalah frekuensi pembelian ulang konsumen yang masih tergolong rendah serta konsumen yang masih memiliki ketertarikan untuk pindah ke tempat makan Korea lain.

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah faktor yang paling dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Karena kualitas produk Dak Nalgae Tembalang dapat dikenali dan diakui oleh banyak orang melalui karakteristik khusus yang dimiliki, seperti kualitas rasa produk, konsistensi rasa produk, dan aroma produk Dak Nalgae Tembalang yang mempunyai ciri khas tersendiri.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Dak Nalgae Tembalang dengan hubungan korelasi yang tergolong kuat. Artinya semakin baik produk Dak Nalgae untuk dikenali dan diakui banyak orang melalui karakteristik khusus yang dimiliki maka semakin tinggi kesetiaan konsumen terhadap Dak Nalgae Tembalang. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang dengan hubungan korelasi yang tergolong kuat. Artinya semakin baik tingkat keunggulan yang dimiliki Dak Nalgae Tembalang untuk memenuhi keinginan pelanggan maka semakin tinggi kesetiaan konsumen terhadap Dak Nalgae Tembalang. Variabel kualitas produk (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang. Artinya semakin baik produk Dak Nalgae untuk dikenali dan diakui banyak orang melalui karakteristik khusus yang dimiliki dan semakin tinggi tingkat keunggulan yang dimiliki Dak Nalgae Tembalang untuk memenuhi keinginan pelanggan maka semakin tinggi kesetiaan konsumen terhadap Dak Nalgae Tembalang. Secara keseluruhan kualitas dari produk Dak Nalgae Tembalang sudah dinilai baik, namun masih terdapat beberapa indikator yang perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang. Pertama, penyajian produk makanan dan minuman Dak Nalgae Tembalang. Dalam bentuk penyajian diharapkan Dak Nalgae Tembalang dapat meningkatkan skill chef dengan cara pelatihan penyajian agar lebih inovatif dan kreatif dalam menampilkan sajian produk makanan dan minuman yang dapat meningkatkan nafsu makan konsumen. Kedua, kemudahan mengingat rasa produk Dak Nalgae Tembalang. Dalam menjaga kemudahan mengingat rasa pada setiap produk, Dak Nalgae Tembalang perlu membedakan varian rasa di setiap produk dengan perbedaan topping supaya memudahkan pelanggan untuk mengingat rasa pada setiap produk.

Saran

Secara keseluruhan kualitas pelayanan Dak Nalgae Tembalang sudah dinilai baik, namun masih terdapat beberapa indikator yang perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Dak Nalgae Tembalang. Pertama kurang nyamannya ruangan Dak Nalgae

Tembalang. Pada ruangan Dak Nalgae Tembalang terasa panas karena tidak ada AC, tidak ada ruangan khusus untuk *smoking* sehingga asap rokok membuat terasa pengap. Indikator selanjutnya terkait keadaan fasilitas pendukung Dak Nalgae Tembalang yang dinilai masih kurang layak. Banyak keluhan yang datang dari responden mengenai kecepatan wifi yang disediakan. Dak Nalgae Tembalang dapat mengganti *provider* wifi dengan jaringan yang lebih kencang yang sekiranya dapat menunjang kebutuhan pelanggan akan internet. Kemudian untuk lahan tempat parkir mobil juga diharapkan dapat dilakukan perluasan. Hal ini bisa dilakukan dengan cara menyewa lahan yang sekiranya kosong dan bisa dijadikan tempat parkir disekitar Dak Nalgae Tembalang. Berikutnya keluhan juga datang mengenai kebersihan toilet, pihak Dak Nalgae Tembalang perlu membuat SOP yang jelas mengenai *jobdesk* bagi karyawannya dalam hal membersihkan toilet secara terjadwal. Indikator terakhir ialah mengenai kurangnya kecepatan penyajian produk Dak Nalgae Tembalang terhadap konsumen. Permasalahan ini dapat dibenahi dengan cara yang pertama yaitu pengukuran terhadap waktu yang diperlukan dalam penyajian setiap produk. Setelah itu perlu dilakukan manajemen dalam hal mengefektikan dan mengefisiensi waktu penyajian produk untuk menentukan berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam menyajikan suatu produk secara akurat. Waktu yang telah ditentukan inilah yang nantinya menjadi patokan waktu bagi karyawan atau barista untuk dapat menyajikan produk kepada konsumen. Saran untuk penelitian berikutnya, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut lagi oleh pihak Dak Nalgae Tembalang ataupun pihak luar terkait variabel di luar penelitian ini sebesar 35,6%. Variabel luar yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti harga, atmosfer toko, lokasi, promosi dan sebagainya.

Daftar Referensi

- Firdaus, Muhammad H. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Lembang*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama.
- Griffin, Jill. 2003. *Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Sudharto P. 2007. *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jatmiko, Rohmat D. 2012. “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Antecedent Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 01. <https://doi.org/10.22219/jmb.v2il.1484>
- Khoirunnisa, Arifatu A. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome di Kota Semarang Melalui Kepuasan Konsumen”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 10, No. 1, hlm. 672-680. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29180>
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Krisjayanti, Monika. 2018. “Pengaruh Suasana Toko, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan ICOS Cafe)”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 3, hlm 226-236, <https://doi.org/10.14710/jiab.2018.20980>
- Lestari, N. P. (2017). “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong)”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 4, hlm. 11-20. <https://doi.org/10.14710/jiab.2017.17200>
- Mardalis, Ahmad. 2005. “Meraih Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 9, No. 2. <https://10.23917/benefit/v9i2.1217>

- Marliani, Indah P. 2018. “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Body Shop (Studi Kasus Pada Pelanggan The Body Shop Semarang)”. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 7, No. 3, hlm. 323- 330. <https://doi.org/10.14710/jiab.2018.21007>
- Maulana, Nuryan D. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Penyet Kuah Pada Rumah Makan TimohoKecamatan Tembalang Kota Semarang*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Nainggolan, N. T., & dkk. 2020. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Cetakan 1. Oktober2020. Yayasan Kita Menulis.
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian* (R. Sikumbang (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Pradhana, Adhika. 2015. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Lumpia Mbak Lien Semarang).” Jurnal Manajemen Diponegoro, Vol. 4, No. 2, Hlm. 1-10, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13059/12617>
- Purnomo, Daniel C. 2018. *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap LoyalitasPelanggan Pada Distro Hyb Supply*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Umiversitas Pasundan.
- Putra, Hilman A. 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus PadaKonsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang),” Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 6, No. 4, hlm. 68-75. <https://doi.org/10.14710/jiab.2017.17580>
- Rochmawati, Opi. 2013. “Analisis Pengaruh Keunggulan Produk, Efek Komunitas, Terhadap Sikap Merek dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (StudiKasus Warung Sate Sapi Pak Kempleng 1 di Kota Semarang).” Jurnal Manajemen Diponegoro, Vol. 2, No. 2, Hlm. 376-384. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/9043/8789>
- Salim, Aprilia P. 2018. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Pasta Gigi Formula Berusia > 15 Tahun di Kelurahan Bulusan dan Tembalang, Kecamatan Tembalang, Semarang)”. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 7, No. 2, hlm. 107-115. <https://doi.org/10.14710/jiab.2018.20270>
- Sangadji, Etta M., & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi 1, Cetakan 1. Yogyakarta: Andi
- Sola, Kandida I. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Sakola Factory Outlet Jogja)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, H. C., Sulistiyowati, W., & Khamim, M. 2015. *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo, L. B. 2010. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen(Studi Pada Pengguna ISP Telkom Speedy di Karanganyar)”. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret Surakarta.