

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA AYAM GEPUK PAK GEMBUS CABANG SITEBA KOTA PADANG

Alfiqri Muhammad¹, Irda², Mery Trianita³

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email: alfiqrimuhammad41@gmail.com

PENDAHULUAN

Ayam Gepuk Pak Gembus merupakan salah satu usaha franchise yang sudah sangat terkenal di Indonesia. Berawal dari kecintaan Rido Nurul Adityawan selaku CEO dan pendiri Ayam Gepuk Pak Gembus (AGPG) terhadap makanan, serta ingin ikut untuk berinovasi dalam bisnis *food and beverages*, menguatkan niatnya untuk membuka bisnis makanan sendiri, akhirnya pria yang akrab dipanggil Rido ini mendirikan Ayam Gepuk Pak Gembus pada Bulan Oktober 2013. Memasuki usia ke-5 tahun, Ayam Gepuk Pak Gembus kini memiliki hampir 700 outlet yang tersebar di wilayah Jabodetabek, kota-kota besar di Indonesia serta wilayah Asia.

Penelitian ini menggunakan teori kualitas produk, citra merek, kepuasan pelanggan dan loyalitas. Kualitas produk adalah dimensi global, dan paling tidak ada 6 elemen kualitas produk, yaitu kinerja (*performance*), reliabilitas, *feature*, keawetan (*durability*), konsistensi, dan desain. Citra merek adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan (seperti sebuah logo, cap, simbol, lambang, tanda, slogan, kata-kata atau kemasan) untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual atau pemegang merek [1]. Definisi kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan [2].

Kepuasan adalah respon pemenuhan dari pelanggan. Kepuasan adalah hasil penilaian dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang [3]. Loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang [4].

METODE

Adapun yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini adalah Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba Kota Padang. Penentuan ukuran sampel dari populasi, berdasarkan jumlah sampel minimum yang diisyaratkan oleh alat analisa yang digunakan. Karena metode analisa yang digunakan adalah dengan analisis *PLS*, sampel minimal adalah jumlah variabel penelitian dikali antara 10 sampai 20. Penelitian ini memiliki 5 (*lims*) variabel yaitu loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kualitas produk, citra merek dan kualitas pelayanan. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $5 \times 20 = 100$ sampel. pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel [5].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Ket	Path Coefficient	t-hit	P-Value	Kesimpulan
KPK->KP	0.181	1.464	0.144	H1 Ditolak
KPK->LY	0.193	2,201	0.028	H2 Diterima
CM->KP	0.256	2.212	0.027	H3 Diterima
CM->LY	0.239	2.537	0.011	H4 Diterima
KPL->KP	0.203	1.640	0.102	H5 Ditolak
KPL->LY	-0.024	0.295	0.768	H6 Ditolak
KP->LY	0.475	6.390	0.000	H7 Diterima
KPK->KP->LY	0.086	1.504	0.133	H8 Ditolak
CM->KP->LY	0.122	1.995	0.047	H9 Diterima
KPL->KP->LY	0.097	1.481	0.139	H10 Ditolak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan tetapi kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas. Citra Merek berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas. Tetapi kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan dan loyalitas. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas berpengaruh negatif begitupun dengan kepuasan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas hasilnya juga negatif. Tetapi pada kepuasan memediasi hubungan antara citra merek terhadap loyalitas hasilnya positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan maka di temukan ada 5 hipotesis yang ditolak dan 5 hipotesis yang diterima.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka disarankan pihak ayam gepuk pak gembus lebih meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan

kepada pelanggan agar pelanggan ayam gepuk pak gembus bisa merasa puas.

Penerapan Kualitas pelayanan dan Kualitas produk yang juga harus diperhatikan, apakah sudah sesuai dengan standar ayam gepuk pak gembus agar terciptanya loyalitas pada pelanggan ayam gepuk pak gembus.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Rimiyati and C. Widodo, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Merek Samsung Galaxy Series (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah YOGYAKARTA)," *J. Manaj. Bisnis*, 2014.
- [2] F. Manoppo, "Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado," *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, 2013.
- [3] D. Irawan and E. Japarianto, "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya," *J. Manaj. Pemasar.*, 2013.
- [4] W. Mardikawati, "Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)," *Pengaruh Nilai Pelangg. Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyal. Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelangg. Pada Pelangg. Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jur. Yogyakarta-Cilacap)*, vol. 2, no. 1, pp. 64–75, 2013.
- [5] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 2012.

