

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KAFE KUALI NYONYA DI KOTA PADANG

Sony Firmansyah¹, Ice Kamela², Mery Trianita³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Harta

Email : Sonyf40@gmail.com, Icekamela@yahoo.com dan Merytrianita@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Pada saat ini kafe tidak hanya dikunjungi sebagai tempat untuk refreshing tapi juga menjadi tempat meeting bagi para pebisnis ataupun sebagai tempat untuk melakukan pekerjaan rumah atau tugas kuliah bagi para siswa dan mahasiswa, tak terkecuali bagi masyarakat di kota Padang, Sumatera Barat. Hal ini menuntut para pebisnis kafe untuk dapat menerapkan strategi bagaimana menciptakan sebuah produk yang berkualitas ditambah dengan suasana kafe yang nyaman, yang dapat menarik minat beli konsumen untuk dapat berkunjung pada kafe mereka. Pebisnis kuliner dituntut untuk terus berinovasi memadukan suatu bentuk kreativitas atau bisa disebut entertainment dengan bisnisnya, karena para pebisnis menyadari bahwa konsumen mulai tertarik pada sebuah konsep unik yang memadukan antara kebutuhannya dengan keinginannya sehingga menciptakan entertainment dalam bisnisnya. Kehadiran para pebisnis kuliner kreatif tersebut telah memberikan warna tersendiri bagi perkembangan bisnis kuliner di Indonesia. Kota Padang merupakan kota yang cukup berpotensi dalam mengembangkan usaha makanan, salah satu kafe yang ada di kota padang adalah Kualo Nyonya yang berlokasi di jalan Olo Ladang, Olo, Padang Barat, Kota Padang. Kafe kualo nyonya menyediakan berbagai jenis produk makanan yang di sajikan kepada konsumen. Agar berhasil dalam memenangkan persaingan, kafe kualo nyonya memiliki produk yang mengangkat merek sendiri

sebagai produk utamanya. Dengan kata lain Kafe Kualo Nyonya memiliki daya tarik yang lebih dari pesaingnya untuk menjangkau konsumen agar lebih berminat membeli produk dan berkunjung di Kafe Kualo Nyonya. Loyalitas didefinisikan suatu sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap penyediaan produk atau jasa. Seorang konsumen akan menunjukkan sikap loyalnya jika perusahaan mampu memberikan kepuasan. Konsumen yang loyal adalah seorang konsumen yang selalu membeli kembali dari provider atau penyedia barang atau jasa yang sama dan memelihara suatu sikap positif terhadap penyedia barang atau jasa itu di masa yang akan datang (Griffin, 2007). Kepuasan pelanggan menurut Kotler, (2002) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Definisi tersebut mengartikan bahwa apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan konsumen Kafe Kualo Nyonya dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka konsumen Kafe Kualo Nyonya tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen Kafe Kualo Nyonya akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka konsumen Kafe Kualo Nyonya akan merasa gembira dan sangat puas. Faktor loyalitas dan kepuasan pada kafe juga di pengaruhi oleh kualitas produk. Menurut kotler, (2002). Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada

kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2008). Ishak dan Luthfi (2011) kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Berdasarkan dua definisi kepercayaan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan kesediaan konsumen untuk menggantungkan diri pada suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan tertentu yang diyakininya dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dapat disimpulkan kualitas produk adalah kemampuan produk dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan memberikan kinerja sesuai harapan pelanggan. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepercayaan dari pelanggan.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kepuasan berpengaruh sebagai variabel intervening antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan berpengaruh sebagai variabel intervening antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Untuk menguji dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menguji dan menganalisis kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk menguji dan menganalisis kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan berpengaruh sebagai variabel intervening kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
7. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan berpengaruh sebagai variabel intervening kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang.

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau suatu subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi populasinya yaitu pelanggan yang berbelanja di kafe kualiti nyonya. Sugiyono, (2012). Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono, (2012). Penentuan jumlah sampel yaitu bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah sampel minimal 10 dan maksimal 20 dikali dari jumlah variabel yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian ini bersifat *non probability* atau populasinya tidak diketahui. Dengan demikian maka

jumlah sampel minimal dalam penelitian ini yang memiliki variabel bebas dan terikat sebanyak 4, maka $4 \text{ variabel} \times 20 = 80$ responden. Untuk mengantisipasi jumlah kuesioner yang tidak kembali maka peneliti menambah 2 responden lagi dan menetapkan jumlahnya menjadi 82 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan pemilihan sample *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, (Sugiyono, 2012). Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, (Sugiyono, 2012).

Adapun beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti:

1. Umur 17>
2. Berdomisili di kota Padang
3. Berbelanja di Kafe Kuali Nyonya di Kota Padang lebih dari satu kali, dalam 6 bulan terakhir

Jenis Data Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang penulis dapatkan langsung dari para pengunjung yang pernah berbelanja di Kafe Kuali Nyonya Padang. Data dan informasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber pada penyebaran kuesioner yang penulis sebarakan kepada 82 pengunjung yang pernah belanja di Kafe Kuali Nyonya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada 82 orang responden. Ringkasan hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Pengujian

Arah	Original sample	T Statistic	P Values	Keterangan
Kualitas produk(x1) → loyalitas pelanggan (y)	0.154	1.218	0.224	H ₁ ditolak
Kualitas produk(x1) → kepuasan pelanggan (i)	0.719	9.014	0.000	H ₂ diterima
Kepercayaan(x2) → loyalitas pelanggan (y)	0.239	2.350	0.019	H ₃ diterima
Kepercayaan(x2) → kepuasan pelanggan (i)	0.131	1.416	0.157	H ₄ ditolak
Kepuasan pelanggan(i) → loyalitas pelanggan(y)	0.551	5.676	0.000	H ₅ diterima
Kualiatas produk pelanggan(x1) →kepuasan pelanggan(i) →loyalitas pelanggan(y)	0,396	4.023	0.000	H ₆ diterima
Kepercayaan(x2) →kepuasan pelanggan(i) →loyalitas pelanggan(y)	0.072	1.487	0.138	H ₇ ditolak

Sumber : Lampiran 7

Pengujian Hipotesis

1. Uji hipotesis pertama terkait pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,154, *T statistik* 1,218 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,224 (besar dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada kafe kualinya. Apabila kualitas produk tidak meningkat maka loyalitas pelanggan pada kafe kualinya juga tidak meningkat, sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak.
2. Uji hipotesis kedua terkait pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,719, *T statistik* 9,014 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kafe kualinya. Sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.
3. Uji hipotesis ketiga terkait pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,239, *T statistik* 2,350 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,019 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe kualinya. Sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima.
4. Uji hipotesis keempat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,131, *T statistik* 1,416 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,157 (besar dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kafe kualinya. Sehingga hipotesis keempat (H_4) ditolak.
5. Uji hipotesis kelima terkait pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,551, *T statistik* 5,676 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe kualinya. Sehingga hipotesis kelima (H_5) diterima.
6. Uji hipotesis keenam terkait kepuasan pelanggan memediasi antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,396, *T statistik* 4,023 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan pada kafe kualinya, sehingga hipotesis keenam (H_6) diterima.
7. Uji hipotesis ketujuh terkait kepuasan pelanggan memediasi antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode *structural model assessment* diperoleh nilai *orginal sampel* sebesar 0,072, *T statistik* 1,487 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,138 (besar dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada kafe kualinya, sehingga hipotesis ketujuh (H_7) ditolak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih yang teramat dalam penulis ucapkan kepada Ayah dan Ibunda yang tak henti-hentinya mendoakan dan memotivasi penulis, serta kepada ibu Ice Kamela SE., M.M dan ibu Mery Trianita SE., M.M, yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dan fikiran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan terhadap Kafe Kualiti Nyonya di kota Padang sebagai berikut:

1. Kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada kafe kualiti nyonya di kota Padang.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada kafe kualiti nyonya di kota Padang.
3. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada kafe kualiti nyonya di kota Padang.
4. Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada kafe kualiti nyonya di kota Padang.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada kafe kualiti nyonya di kota Padang.
6. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan pada kafe kualiti nyonya di kota Padang.
7. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada kafe kualiti nyonya di kota Padang.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa indikator terendah variabel

kualitas produk yaitu Ketika kafe kualiti nyonya memberikan janji untuk melakukan suatu, kafe kualiti nyonya dapat melaksanakan janjinya dengan baik. Contohnya, jika ada pelanggan meminta sesuatu sesuai dengan yang mereka inginkan dan perusahaan janji akan memenuhinya, maka perusahaan harus cepat tanggap terhadap permintaan dari pelanggan tersebut dan memberikan kualitas produk yang terbaik.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa indikator terendah variabel loyalitas pelanggan yaitu seberapa sering anda berpindah ke kafe lain tidak tersedianya produk di kafe kualiti nyonya. seharusnya kafe kualiti nyonya lebih memperbanyak lagi pilihan-pilihan produk agar terciptanya kepuasan pelanggan sehingga lebih meningkatnya loyalitas pelanggan pada kafe kualiti nyonya.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa indikator terendah variabel kepuasan pelanggan yaitu Saya tidak ingin berpindah ke kafe lain. oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan lagi kualitas produk dan kepercayaan demi meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap kafe kualiti nyonya. Untuk peneliti selanjutnya hendaknya menambah variabel yang sesuai dengan penelitian ini, populasinya dibuat lebih luas dan lebih memberikan tambahan-teori yang kompleks. Serta diharapkan penelitian ini menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Griffin, D., & Brenner, L. (2004). Griffin. *Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making*, pp. 177–199.
- [2] Ishak, A dan Luthfi Z., 2011. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15, No.1, Hal 45 – 56.

- [3] Kotler, P. (2002). Marketing Management , Millenium Edition. In *A Framework For Marketing Management*.
- [4] Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Bandung :Alfabeta*.
- [5] Tjiptono. (2008). Stratergi Pemasaran. In *Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta*.