

---

## **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening**

*Abdulrahman Putra Palilati<sup>1</sup>, Zainal Abidin Umar<sup>2</sup>, Idris Yanto Niode<sup>3</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>1</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>2</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>3</sup>*

*E-mail: [putrapalilati01@gmail.com](mailto:putrapalilati01@gmail.com)*

---

**Abstract:** *This study to find out the influence of product quality on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable in SMEs in Tinelo, Gorontalo Regency. The research uses a quantitative approach with the ex post facto method. Data collection was obtained from observations, and documentation. The result of data analysis using path analysis (Path Analysis). The research finding show that (1) Product quality positively and significantly affects consumer satisfaction in SMEs in Tinelo, Gorontalo. (2) Product quality positively and significantly affects consumer loyalty in SMEs in Tinelo, Gorontalo Regency. (3) Consumer satisfaction positively and significantly affects consumer loyalty in SMEs in Tinelo, Gorontalo Regency. (4) Product quality mediated by consumer satisfaction positively and significantly affects consumer loyalty in SMEs in Tinelo, Gorontalo Regency. This, the consumer satisfaction variable can be a good intervening variable (mediation) in increasing the influence of product quality on consumer loyalty.*

**Keywords:** *Consumer Loyalty; Consumer Satisfaction; Product Quality*

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada IKM Tinelo Kab Gorontalo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode ex post facto. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuisioner dan dokumentasi. Hasil analisis data menggunakan analisis jalur (Path Analys). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. (3) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. (4) Kualitas produk yang dimediasi oleh kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Sehingga variabel kepuasan konsumen mampu menjadi variabel intervening (mediasi) yang baik dalam meningkatkan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

**Kata Kunci:** *Loyalitas Konsumen; Kepuasan Konsumen; Kualitas Produk*

---

### **PENDAHULUAN**

Proses kepuasan pelanggan sangat berhubungan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan ada pada perusahaan. Dengan adanya kepuasan konsumen akan sebuah produk dan jasa yang ditawarkan tentunya akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen yang akan berdampak pada tingkat loyalitas konsumen itu sendiri terhadap produk tersebut. Berawal dari hal tersebut perusahaan akan menginginkan agar konsumen yang sudah diciptakan dapat selalu merasa terpuaskan dengan produknya. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusannya. Kemudian pengalaman maupun pemikiran itu akan dibentuk sikap atau penilaian terhadap perusahaan bersangkutan. Sikap atau penilaian tersebut akan menjadi referensi bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian selanjutnya dan loyalitas konsumen.

Kondisi persaingan untuk mendapatkan kepuasan dan loyalitas konsumen akan sebuah produk yang ditawarkan juga terlihat pada persaingan dunia usaha diantara beberapa industri mikro kecil (IMK) yang ada di Kabupaten Gorontalo. Untuk saat ini khusus Industri Mikro Kecil dan Menengah

yang ada di Provinsi Gorontalo yang bergerak dalam industri pengolahan pangan berjumlah 6.700 IKM (Sumber: Diskoperindagkop & UMKM Prov. Gorontalo). Salah satu Industri mikro kecil (IMK) yang ada di Kabupaten Gorontalo adalah IMK Tinelo. IMK ini adalah salah satu Industri pengolahan pangan yang beralamatkan di Desa Hulawa Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo yang didirikan oleh Bapak Hi. Ambrin Iksan dengan produk utama dan andalan adalah produk Pia Tinelo.

Hasil observasi awal peneliti ketempat usaha dan outlet- outlet penjualan yang tersebar disemua gerai dan supermarket yang ada di Kota Gorontalo terungkap bahwa produk yang dihasilkan oleh pihak IKM Tinelo sangat digemari oleh setiap konsumen. Khusus yang dilayani pada outlet pribadi IKM Tinelo tercatat rata – rata kunjungan konsumen perbulan sekitar 50 pembeli/ konsumen, belum lagi setiap outlet yang tersebar di Alfamart dan Indomaret serta supermarker lainnya. Hasil wawancara peneliti pada pemilik IKM yakni loyalitas konsumen itu sudah bagus namun ada juga yang belinya itu hanya 1 smapai 2 kali saja kemudian sudah tidak berlangganan. Namun dari segi kepuasan, pemilik merasakan bahwa para konsumen merasa puas karena beberapa kali ada WA yang masuk yang mengatakan bahwa produk IKM Tinelo itu sesuai dengan selera. Pada masaa sebelum pandemi, penjualan memang sangat pesat namun pada masa pandemi Covid-19 khususnya pada tahun 2020 penjualan tidak bagus kemudian pada akhir tahun 2020 sampai dengan sekarang mulai bagus penjualan namun soal loyalitas konsumen masih kurrang optimal.

Pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat tajam yakni sebesar 52,719%. Sementara itu untuk produksi bulanan tahun 2019 cenderung mengalami peningkatan yang berbeda halnya pada tahun 2020 yang sangat fluktuatif dimana terjadi penurunan produksi yang sangat besar akibat pandemi Covid-19 pada tahun 2020 tersebut. Perbandingan untuk tahun 2019 dan tahun 2020 yakni pada masa pandemi ditemukan bahwa pada tahun 2019, produksi Pia Tinelo dan produk lainnya oleh IKM Tinelo Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo yakni stabil, sementara pada tahun 2020 untuk 3 bulan pertama yakni Januari, Februari dan Maret mengalami konsistensi seperti tahun sebelumnya, namun karena pada pertengahan maret mulai adanya kebijakan pembatasan aktivitas bahkan hingga PSBB maka berdampak pada tingkat penjualan bulan Maret yang sangat menurun dan kemudian berdampak pada produksi dari bulan April hingga Juni sangat menurun. Kemudian pada awal Juli karena mulai adanya kebijakan adopsi kebiasaan baru sehingga geliat ekonomi makin baik sehingga produksi makin ditingkatkan hingga bulan september namun untuk penjualan pada bulan terakhir yakni september mengalami penurunan sebagai akibat dari adanya kebijakan pemerintah Provinsi untuk melakukan pembatasan secara serius kembali pada Provinsi Gorontalo termasuk Kabupaten Gorontalo.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada obyek IKM Tinelo tersebut. Untuk kepentingan penelitian tersebut maka peneliti memformulasikan judul penelitian tersebut dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening” (Studi pada IKM Tinelo Kab Gorontalo).

## **METODE PENELITIAN**

Tempat penelitian yaitu IKM Tinelo yang beralamatkan di Jl. P Hippy, Desa Hulawa Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *expost facto*. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuisisioner dan dokumentasi. Hasil analisis data menggunakan analisis jalur (Path Analys).

## **HASIL PENELITIAN**

### **Deskriptif Variabel Penelitian**

Hasil analisis deskriptif dari setiap variabel penelitian yaitu sebagai berikut:

### **Variabel Kualitas produk (X)**

Hasil jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk variabel Kualitas produk dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1. Analisis Jawaban Responden variabel Kualitas produk (X)**

No	Skor Pernyataan			Skor Indikator	Kriteria	
	Aktual	Ideal	%		Pernyataan	Indikator
X-1	274	335	81.79%	81.89%	Berkualitas	Berkualitas
X-2	262	335	78.21%		Cukup Berkualitas	
X-3	287	335	85.67%		Berkualitas	
X-4	263	335	78.51%	80.07%	Cukup Berkualitas	Berkualitas
X-5	268	335	80.00%		Cukup Berkualitas	
X-6	271	335	80.90%		Berkualitas	
X-7	271	335	80.90%	81.19%	Berkualitas	Berkualitas
X-8	282	335	84.18%		Cukup Berkualitas	
X-9	262	335	78.21%		Berkualitas	
X-10	266	335	79.40%	79.85%	Cukup Berkualitas	Cukup Berkualitas
X-11	269	335	80.30%		Berkualitas	
X-12	257	335	76.72%	80.00%	Cukup Berkualitas	Cukup Berkualitas
X-13	279	335	83.28%		Berkualitas	
X-14	267	335	79.70%	78.51%	Cukup Berkualitas	Cukup Berkualitas
X-15	259	335	77.31%		Cukup Berkualitas	
X-16	266	335	79.40%	79.40%	Cukup Berkualitas	Cukup Berkualitas
X-17	266	335	79.40%		Cukup Berkualitas	
X-18	274	335	81.79%	79.30%	Berkualitas	Cukup Berkualitas
X-19	266	335	79.40%		Cukup Berkualitas	
X-20	257	335	76.72%		Cukup Berkualitas	
<b>Total</b>	<b>5,366</b>	<b>6,700</b>	<b>80.09%</b>	<b>Berkualitas</b>		

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk terletak pada kriteria yang "cukup berkualitas" dengan skor sebesar 80,09%. Hal ini menunjukkan bahwa IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo memiliki produk yang berkualitas yang mampu untuk memberikan kesan baik atas berbagai produk dari IKM tersebut. Produk olahan makanan yang berkualitas ini akan lebih dominan dilihat dari tekstur makanan, bahan yang digunakan dan rasa yang enak bagi konsumen, sehingga dengan rasa enak dari produk ini maka konsumen akan melakukan pembelian secara berulang

#### Variabel Kepuasan konsumen (Z)

Jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk variabel kepuasan konsumen. Hal ini dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2. Analisis Jawaban Responden variabel Kepuasan konsumen (Z)**

No	Skor Pernyataan			Skor Indikator	Kriteria	
	Aktual	Ideal	%		Pernyataan	Indikator
Z-1	272	335	81.19%	79.40%	Puas	Cukup Puas
Z-2	268	335	80.00%		Cukup Puas	
Z-3	265	335	79.10%		Cukup Puas	
Z-4	263	335	78.51%		Cukup Puas	
Z-5	262	335	78.21%		Cukup Puas	
Z-6	259	335	77.31%	79.10%	Cukup Puas	Cukup Puas
Z-7	270	335	80.60%		Puas	
Z-8	263	335	78.51%		Cukup Puas	
Z-9	269	335	80.30%		Puas	
Z-10	264	335	78.81%	77.81%	Cukup Puas	Cukup Puas
Z-11	257	335	76.72%		Cukup Puas	
Z-12	263	335	78.51%		Cukup Puas	
Z-13	262	335	78.21%	78.36%	Cukup Puas	Cukup Puas
Z-14	260	335	77.61%		Cukup Puas	
Z-15	265	335	79.10%		Cukup Puas	
<b>Total</b>	<b>3,962</b>	<b>5,025</b>	<b>78.85%</b>	<b>Cukup Puas</b>		

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen terletak pada kriteria yang "cukup puas" dengan skor sebesar 78,85%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen oleh IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo makin meningkat ketika melakukan pembelian pada IKM tersebut, terlebih lagi produk yang diproduksi merupakan produk dengan kualitas yang sesuai harapan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas jika ekspektasinya akan suatu produk bisa terpenuhi.

#### Variabel Loyalitas konsumen (Y)

Jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk setiap variabel Loyalitas konsumen. Hal ini dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3. Analisis Jawaban Responden variabel Loyalitas konsumen (Y)**

No	Skor Pernyataan			Skor Indikator	Kriteria	
	Aktual	Ideal	%		%	Pernyataan
Y1	270	335	80.60%	79.46%	Loyal	Cukup Loyal
Y2	267	335	79.70%		Cukup Loyal	
Y3	262	335	78.21%		Cukup Loyal	
Y4	266	335	79.40%		Cukup Loyal	
Y5	266	335	79.40%		Cukup Loyal	
Y6	272	335	81.19%	80.00%	Loyal	Cukup Loyal
Y7	269	335	80.30%		Loyal	
Y8	267	335	79.70%		Cukup Loyal	
Y9	264	335	78.81%		Cukup Loyal	
Y10	263	335	78.51%	79.60%	Cukup Loyal	Cukup Loyal
Y11	267	335	79.70%		Cukup Loyal	
Y12	270	335	80.60%	79.40%	Loyal	Cukup Loyal
Y13	271	335	80.90%		Loyal	
Y14	260	335	77.61%		Cukup Loyal	
Y15	267	335	79.70%		Cukup Loyal	
<b>Total</b>	<b>4,001</b>	<b>5,025</b>	<b>79.62%</b>	<b>Cukup Loyal</b>		

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel loyalitas konsumen terletak pada kriteria yang "cukup loyal" dengan skor 79,62%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen maupun calon konsumen memiliki preferensi pembelian yang cukup tinggi untuk melakukan pembelian di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo.

#### Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian pengaruh setiap variabel bebas (Kualitas produk dan Kepuasan konsumen) terhadap variabel terikat yakni Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo pada Kota Gorontalo adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis**

Model	Nilai Koefisien (t <sup>-Hitung</sup> )	Signifikansi	t <sup>Tabel</sup>	Keterangan
X->Z	10.250	.000	2,655	<b>Signifikan</b>
X->Y	3.719	.000	2,655	<b>Signifikan</b>
Z->Y	5.143	.000	2,655	<b>Signifikan</b>

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2018

Hasil pengujian parsial masing-masing konstruk dapat dijabarkan sebagai berikut ini:

#### Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo (Pengujian Hipotesis 1)

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai t<sup>-hitung</sup> untuk variabel Kualitas produk diperoleh sebesar 10,250 sedangkan nilai t<sup>-tabel</sup> pada tingkat signifikansi 1% dan derajat bebas n-k-1 atau 67-2-1=64 sebesar 2,655. Jika kedua nilai t tersebut dibandingkan maka nilai t<sup>-hitung</sup> masih lebih besar dibandingkan dengan nilai t<sup>-tabel</sup> (10,250>2,655). Dengan demikian hipotesis yang

menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari Kualitas produk dengan Kepuasan konsumen, **diterima**. Maka disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo dengan nilai determinan sebesar 78,60%.

**Pengaruh Kualitas produk Terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo (Pengujian Hipotesis 2)**

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Kualitas produk diperoleh sebesar 3,719 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 1% dan derajat bebas  $n-k-1$  atau  $67-2-1=64$  sebesar 2,655. Jika kedua nilai  $t$  tersebut dibandingkan maka nilai  $t_{hitung}$  masih lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $3,719 > 2,655$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas produk dengan Loyalitas konsumen, **diterima**. Maka disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo dengan nilai determinan sebesar 30,40%.

**Pengaruh Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo (Pengujian Hipotesis 3)**

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Kepuasan konsumen diperoleh sebesar 5,143 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 1% dan derajat bebas  $n-k-1$  atau  $67-2-1=64$  sebesar 2,655. Jika kedua nilai  $t$  tersebut dibandingkan maka nilai  $t_{hitung}$  masih lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $5,143 > 2,655$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari Kepuasan konsumen dengan Loyalitas konsumen, **diterima**. Maka disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo dengan nilai determinan sebesar 43,80%.

**Pengujian Path Analysis (Pengujian Hipotesis 4)**

Selanjtnya pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan ui sobel yang disajikan berikut ini:

$$\begin{aligned}
 Sab &= \sqrt{b^2 \cdot Sa^2 + a^2 \cdot Sb^2 + Sa^2 \cdot Sb^2} \\
 Sab &= \sqrt{0,474^2 \cdot 0,075^2 + 0,766^2 \cdot 0,092^2 + 0,075^2 \cdot 0,092^2} \\
 Sab &= \sqrt{0,0012532 + 0,0049772 + 0,0000474} \\
 Sab &= \sqrt{0,0062777} \\
 Sab &= 0,0792320
 \end{aligned}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh untuk pengaruh tidak langsung antara variabel Kualitas produk terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen dapat diketahui dengan menghitung nilai  $z$  tabel dengan rumus sebagai berikut ini:

$$\begin{aligned}
 Z_{hitung} &= \frac{ab}{\frac{Sab}{0,474 \times 0,766}} \\
 Z_{hitung} &= \frac{0,0792320}{0,363} \\
 Z_{hitung} &= \frac{0,0792320}{0,0792320} \\
 Z_{hitung} &= 4,580 \\
 Probability Z_{hitung} &= 0,000
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat diketahui nilai  $Z_{hitung}$  sebesar 4,580 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini lebih kecil dibandingkan nilai 0,01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima atau dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dimediasi oleh kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo**

Hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa nilai  $t_{hitung}$  masih lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $10,250 > 2,655$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat

pengaruh dari Kualitas produk dengan Kepuasan konsumen, diterima. Maka disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo dengan nilai determinan sebesar 78,60%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor bauran pemasaran utama bagi IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen dalam membeli seluruh produk secara berulang.

Konsumen puas akan performance atau kualitas suatu produk maka akan membeli terus produk tersebut, menggunakannya bahkan memberitahukan pada orang lain akan kelebihan produk tersebut berdasarkan pengalaman konsumen dalam memakai produk tersebut. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Purnama dan Sandrini (2012: 112) bahwa kualitas berpengaruh untuk memuaskan kebutuhan konsumen, kualitas tersebut dapat dilihat dari produk atau pelayanannya, dan harus memenuhi harapan pelanggan karena jika harapan terhadap suatu produk atau pelayanannya terpenuhi maka konsumen akan merasa puas atas produknya

Hasil pengujian ini sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Albert Vitales Cruz (2015) yang berjudul *Relationship between product quality and customer satisfaction*. Hasilnya menemukan bahwa *Data were collected from a random sample (N = 77) of U.S. automobile users and analyzed via simple and multiple linear regression, which showed a significant statistical relationship between product quality and customer satisfaction* Atau dengan kata lain, uji statistik menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

#### **Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo**

Hasil pengujian hipotesis kedua ditemukan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  masih lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$  ( $3,719 > 2,655$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas produk dengan Loyalitas konsumen, diterima. Maka disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo dengan nilai determinan sebesar 30,40%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan dampak yang baik bagi peningkatan loyalitas konsumen atas berbagai produk yang dipasarkan oleh IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa adanya dampak yang kuat dari kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Heyzon dan Maylina (2003: 104) bahwa kepuasan konsumen bukanlah tujuan akhir bagi perusahaan. Segala usaha yang dilakukan perusahaan untuk memuaskan konsumen bertujuan agar konsumennya setia terhadap produk, produk atau jasanya. Loyalitas tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri. Menciptakan loyalitas merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya karena konsumen yang setia merupakan dasar bagi kestabilan dan pertumbuhan pangsa pasarnya.

Sehingga dengan demikian hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan bahwa secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Sehingga hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Fauzi'ah (2014) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

#### **Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo**

Hasil statistik deskriptif melalui analisis jawaban responden ditemukan bahwa variabel kepuasan konsumen terletak pada kriteria yang "cukup puas" dengan skor sebesar 78,85%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen oleh IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo makin meningkat ketika melakukan pembelian pada IKM tersebut, terlebih lagi produk yang diproduksi merupakan produk dengan kualitas yang sesuai harapan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas jika ekspektasinya akan suatu produk bisa terpenuhi. Melalui hasil ini maka sebaiknya IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo terus berupaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat menjadi nilai tambah untuk pelanggan dalam melakukan pembelian yang intensif

Hasil pengujian hipotesis ketiga ditemukan bahwa nilai  $t_{hitung}$  masih lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $5,143 > 2,655$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari Kepuasan konsumen dengan Loyalitas konsumen, diterima. Maka disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo dengan nilai determinan sebesar 43,80%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memberikan dampak yang baik bagi peningkatan loyalitas konsumen, dimana semakin puas seorang konsumen maka semakin besar peluangnya melakukan pembelian secara berulang bahkan memberi rekomendasi pada orang lain atas produk IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo.

Sehingga dengan demikian hasil pengujian hipotesis ketiga ditemukan bahwa secara parsial kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Untuk itu, Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina Rachmawati (2010) Kepuasan dan loyalitas Kepuasan konsumen diperoleh jika konsumen menerima melebihi apa yang mereka harapkan (positif diskonfirmasi). Konsumen yang puas terhadap produk yang ditawarkan, akan menjadi konsumen yang loyal (loyalitas konsumen).

#### **Pengaruh kualitas produk yang dimediasi oleh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo**

Hasil statistik deskriptif melalui analisis jawaban responden ditemukan bahwa variabel loyalitas konsumen terletak pada kriteria yang "cukup loyal" dengan skor 79,62%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen maupun calon konsumen memiliki preferensi pembelian yang cukup tinggi untuk melakukan pembelian di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Masyarakat yang memiliki minat beli yang cukup tinggi ini tentu masih harus dioptimalkan oleh IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo dengan upaya tindakan yang lebih baik dalam meningkatkan loyalitas dari konsumen. Loyalitas konsumen perlu dijaga oleh IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo dengan terus mengupayakan kualitas produk yang sesuai harapan melalui berbagai inovasi produk lebih inovatif dan kreatif namun tetap mempertimbangkan aspek rasa dari produk tersebut. Melalui hasil ini maka perlu adanya upaya meningkatkan kepuasan konsumen dengan terus melakukan pembenahan pada produk utama dan produk layanan purna jual bahkan bonus produk bagi konsumen supaya loyal dalam membeli.

Hasil pengujian hipotesis keempat ditemukan bahwa nilai  $Z_{hitung}$  sebesar 4,580 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini lebih kecil dibandingkan nilai 0,01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima atau dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dimediasi oleh kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Sehingga variabel kepuasan konsumen mampu menjadi variabel intervening (mediasi) yang baik dalam meningkatkan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Hasil ini sejalan dengan pernyataan dari Kotler (2008:138) bahwa konsumen yang merasa puas dengan produk, jasa atau merek, kemungkinan besar akan membelinya dan memberitahukan kepada orang lain perihal pengalaman-pengalaman menyenangkan yang dirasakan dengan produk, jasa atau merek tersebut. Sebaliknya bila tidak merasa puas, kemungkinan besar konsumen akan berganti produk atau merek dan mengadukan keluhan kepada produsen barang, pengecer, dan konsumen lain. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusannya. Kemudian pengalaman maupun pemikiran itu akan dibentuk sikap atau penilaian terhadap perusahaan bersangkutan. Sikap atau penilaian tersebut akan menjadi referensi bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian selanjutnya dan loyalitas konsumen.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor bauran pemasaran utama bagi IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen dalam membeli seluruh produk secara berulang.

2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan dampak yang baik bagi peningkatan loyalitas konsumen atas berbagai produk yang dipasarkan oleh IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memberikan dampak yang baik bagi peningkatan loyalitas konsumen, dimana semakin puas seorang konsumen maka semakin besar peluangnya melakukan pembelian secara berulang bahkan memberi rekomendasi pada orang lain atas produk IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo.
4. Kualitas produk yang dimediasi oleh kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di IKM Tinelo Kabupaten Gorontalo. Sehingga variabel kepuasan konsumen mampu menjadi variabel intervening (mediasi) yang baik dalam meningkatkan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, David. 1997. Manajemen Ekuitas Merek, Manfaat Nilai Suatu Merek. Setakan I. Mitra Utama. Jakarta
- Aaker and Kevin L. Keller 2013. Consumer Evaluation of Brand Extension. Journal of Marketing Vol. 54, No 2.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro, 2002, Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua, Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, ALFABETA. Bandung.
- Anggraeni, Dita Putri., Srikandi Kumadjidan Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 37 No. 1 Agustus 2016.
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2000. Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen), Yogyakarta : BPFE UGM
- Eriyanto. 2007. Teknik Sampling, Analisis Opini Publik. Yogyakarta: LKIS
- Griffin, Jill. 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Hasan, Ali. 2008. Marketing. Media Utama, Customer Loyalty, Yogyakarta.
- Husodho, widyaninggar resti. 2015. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada obyek wisata dumilah water park madiun. Equilibrium, Volume 3, Nomor 2, Juli 2015
- Ghozali, Imam. 2009. Ekonometrika "Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan SPSS 17". Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kusuma, Nanda Primidya., Imam Suyadi dan Yusri Abdillahsa. 2014. Analyzing The Effect Of Product Quality On Customer Satisfaction And Customer Loyalty In Indonesian SMEs. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 14 No. 1 September 2014

- Kotler, Philip. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas Jilid 1. Dialih bahasakan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Eirlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 2004. DasarDasar Pemasaran. Jilid 1. Dialihbahasakan oleh: Alexander Sindoro. Jakarta: PT Indeks.
- Laksana, Fajar. 2002. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Machfoedz, Mahmud. 2007. Pengantar Bisnis Modern. Andi Offset. Yogyakarta
- Mohsan Faizan., Muhammad Musarrat Nawaz., M. Sarfraz Khan and Numan Aslam 2011. Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 16; September 2011
- Purnamasari, I.G.A Y. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja. Tahun 2015. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP) Volume: 5 Nomor: 1 Tahun: 2015
- Riduwan dan Lestari, Tita, (2007). Dasar-dasar Statistika, Bandung : Alfabeta
- Syafarudin, Afriapollo 2021. The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty in the Era Covid-19. P-ISSN: 2714-9838; E-ISSN: 2714-9846 Volume 2, Issue 1 January 2021
- Suharyono dan Mifta Elfahmi. 2021. The Effect of Product Quality, Price Perception and Promotion on Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty of PT Makmur Jaya Agro Pesticides. Open Access Indonesia Journal of Social Sciences Vol 4 Issue 1 2021.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. Gregorius Chandra dan Dedi Adriana. 2008. Pemasaran Strategik. Yogyakarta. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2005. Pemasaran Jasa, Edisi 1, Bayumedia Publishing, Malang.
- Umar, Husein. 2005. Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yamit, Zullian. 2005. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonesia.