

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI TOKO BUCCHERI METROPOLITAN MALL CIBUBUR

Dede Supriatna¹, Kusmayanti²

^{1,2}Universitas Teknologi Digital
Jl. Buah Batu No.26 Bandung

E-mail : dede11211413@digitechuniversity.ac.id¹, kusmayanti@digitechuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur. Hal ini berkaitan dengan kualitas produk yang diukur melalui kinerja, keistimewaan, kesesuaian dengan spesifikasi dan daya tahan dari produk sepatu toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur dan juga strategi pelayanan yang dilakukan dalam menjaga loyalitas konsumen di toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi langsung di toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen di Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur.

Kata kunci: Analisis, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality on consumer loyalty at the Buccheri Metropolitan Mall Cibubur Store. This relates to product quality as measured by performance, features, compliance with specifications and durability of the Buccheri Metropolitan Mall Cibubur shoe products and also the service strategy undertaken to maintain consumer loyalty at the Buccheri Metropolitan Mall Cibubur store. The research method used is descriptive qualitative, using data collection techniques through interviews, observation and direct documentation studies at the Buccheri Metropolitan Mall Cibubur store. The results of this study indicate that product quality has an influence on consumer loyalty at the Buccheri Metropolitan Mall Cibubur Store.

Keywords: Analysis, Product Quality, Consumer Loyalty

1. PENDAHULUAN

Industri fashion saat ini telah bersaing secara kompetitif. Perusahaan harus menciptakan produk yang berkualitas dan memiliki nilai lebih dari pesaingnya. Salah satu pertimbangan dasar sebelum membeli suatu produk adalah kualitas produk tersebut. Kualitas produk ditentukan oleh daya tahan, fungsionalitas, dan kemudahan penggunaannya. Kualitas produk yang bagus membuat konsumen selalu mengingat produk tersebut. Terlebih lagi kualitas adalah aspek kepuasan konsumen yang paling mendasar, karena karakteristik keseluruhan dari suatu produk terletak pada kemampuannya untuk

memenuhi kebutuhan. Kualitas suatu produk salah satunya dapat dirasakan dari bahan baku produk tersebut. Jika bahan dasar yang digunakan untuk membuat produk tersebut baik dan berkualitas, maka konsumen akan merasa puas. Selain itu, indikator kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas dari produk tersebut.

Kualitas produk sendiri sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen agar terjalin hubungan jangka panjang.

Kepuasan konsumen pada akhirnya menciptakan loyalitas kepada perusahaan yang telah membuat mereka senang. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap perilaku konsumen berupa evaluasi pasca pembelian terhadap suatu barang atau jasa (kinerja produk) yang dirasakan relatif terhadap harapan mereka.

Dalam bukunya yang berjudul *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Indrasari (2019:87) menyebutkan bahwa faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen salah satunya adalah kualitas produk. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Kepuasan konsumen juga tak luput dari merek produk yang mereka percaya. Merek yang juga berarti simbol adalah tanda yang membantu pelanggan mengidentifikasi suatu produk. Perusahaan yang memiliki produk dengan citra merek yang disukai massa pasti akan mendapatkan posisi yang lebih baik. Seperti halnya produk di industri sepatu juga sangat kompetitif dalam merancang dan menciptakan bentuk produk, desain, warna, dan bahan. Seperti diketahui, produk alas kaki yang ditawarkan saat ini sangat beragam dan berkembang sangat pesat. Dengan lebih banyak pilihan, konsumen cenderung memilih sesuai dengan preferensi dan kemampuan keuangan mereka. Oleh karena itu, dengan menjaga kualitas produk, produsen dapat menarik konsumen tersebut untuk mengambil keputusan pembelian, memberikan kepuasan, dan menjadi konsumen yang loyal terhadap produknya.

Loyalitas konsumen akan timbul ketika konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Loyalitas adalah keinginan konsumen untuk membeli ulang produk yang ditawarkan perusahaan sehingga menciptakan rasa setia. Kesetiaan konsumen inilah yang menjadi faktor penting dalam kesinambungan pengembangan perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

Salah satu merek alas kaki buatan Indonesia yang terkenal memiliki kualitas produk yang baik dan sudah cukup terkenal di kalangan pencinta sepatu adalah merek sepatu Buccheri. Buccheri adalah perusahaan ritel yang menyediakan alas kaki berkualitas untuk pria dan wanita sejak tahun 1980. Mereka

memulai perkembangan bisnis dengan membuka toko pertama di kawasan bisnis bersejarah "Pasar Baroe".

Hal ini pula yang menjadi salah satu alasan penelitian ini dilakukan di Toko Sepatu Buccheri Metropolitan Mall Cibubur, yakni untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk Buccheri dalam menjaga loyalitas konsumen. Apalagi alas kaki seperti merek Buccheri termasuk dalam klasifikasi barang khusus, yaitu barang yang memiliki ciri khas dan identifikasi merek sehingga membuat konsumen bersedia mengeluarkan uang lebih untuk membelinya. Biasanya barang seperti ini merupakan barang mewah dengan merek dan model tertentu. Buccheri yang memiliki brand yang sudah dikenal oleh pasar local selalu berusaha mengikuti trend fashion yang ada sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Untuk itu penelitian ini memilih produk sepatu Buccheri sebagai bahan observasi dalam penelitian agar mengetahui lebih jauh tentang "Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen di toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur"

2. METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan deskripsi lebih banyak berdasarkan hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dan menghasilkan analisis deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Penelitian akan mencoba menangkap, menganalisis, dan berteori berbagai fakta dan fenomena sosial melalui observasi lapangan.

Dalam buku *Metodologi Penelitian* (Sahir, 2021:47) teknik analisis data mencakup:

1.) Reduksi Data

Reduksi data ataupun merangkum informasi bersumber pada hal-hal yang penting untuk dibahas atau diambil satu kesimpulan. Reduksi data bisa dilakukan dengan cara melakukan abstraksi atau merangkum hal yang penting agar tetap berada dalam penelitian.

2.) Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tertata yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Tahap ini

dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tertata sehingga adanya penarikan kesimpulan, hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

3.) Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi merupakan langkah akhir dalam proses analisa data penelitian kuantitatif. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari objek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

3. LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan menurut Kotler dan Armstrong, (dalam Riyono dan Budiharja 2016:97). Sementara Menurut Charty dan Perreault (dalam Daga 2017:32) produk merupakan hasil dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk di distribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Sebagaimana menurut Purwati (dalam Citra dan Santoso 2016:2) produk yang berkualitas akan menjadikan nilai lebih sehingga berbeda dari produk pesaing. Kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas produk ditentukan oleh daya tahan, fungsi dan kegunaannya. Dengan adanya kualitas produk yang baik dan terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan menurut Kotler dan Armstrong (dalam Riyono dan Budiharja 2016:99). Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai pelanggan. Jika kualitas produk ditawarkan memiliki kualitas baik, maka pelanggan pun akan merasa puas dengan produk tersebut dan cenderung memiliki minat untuk melakukan pembelian kedua. Menurut Gravin dan Lovelock (dalam

Cahyati 2018:1) menyebutkan ada enam dimensi kualitas produk, yaitu:

- 1.) Kinerja (*Performance*)
- 2.) Ciri-Ciri (*Keistimewaan*)
- 3.) Keandalan (*Reliability*)
- 4.) Daya Tahan (*Durability*)
- 5.) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance To Specifications*)
- 6.) Estetika (*Asthetic*)

Meningkatkan kualitas produk sangatlah penting, karena dengan demikian perusahaan akan semakin diperhitungkan oleh konsumen. Dengan meningkatkan kualitas produk, perusahaan akan terus memuaskan konsumennya dan dapat meningkatkan jumlah peminat terhadap produk tersebut. Dalam perkembangan suatu perusahaan, masalah kualitas produk juga akan menentukan pesatnya perkembangan perusahaan itu sendiri. Jika dalam situasi persaingan pemasaran yang semakin ketat, peran kualitas produk akan memberi pengaruh besar terhadap keberlangsungan perusahaan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk menurut Assauri (dalam Sumayyah 2020:15), yaitu:

1.) Fungsi Suatu Produk

Suatu produk yang dihasilkan harus memperhatikan fungsi untuk apa produk tersebut digunakan agar produk tersebut benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Pemenuhan fungsi tersebut juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

2.) Wujud Luar Produk

Salah satu faktor yang penting dan sering digunakan konsumen saat pertama kali melihat suatu produk untuk menentukan kualitas produk adalah tampilan luar produk. Meskipun produk tersebut secara teknis atau mekanis sudah baik, namun jika tampilan luarnya kurang menarik maka akan sulit diterima, sehingga dapat menyebabkan produk tersebut tidak disukai konsumen.

3.) Biaya Produk Tersebut

Umumnya biaya dan harga suatu produk menentukan kualitas dari suatu produk. Hal ini dapat dilihat dari produk yang memiliki biaya atau harga yang tinggi menunjukkan bahwa kualitas produk itu relatif lebih baik. Begitu pula sebaliknya untuk produk yang memiliki harga lebih murah dapat menunjukkan bahwa kualitas produk relatif lebih rendah.

Loyalitas Konsumen

Salah satu hal penting bagi perusahaan adalah memiliki pelanggan yang setia pada produknya. Pelanggan setia akan memberikan dampak yang besar bagi perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan kehilangan pelanggan loyal, itu akan menjadi hal yang merugikan perusahaan, karena mereka harus mencari pelanggan baru untuk mengganti pelanggan yang hilang.

Menurut Tjiptono (dalam Santoso 2019:132) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Kepuasan pelanggan akan terjadi apabila produk yang dipilih melebihi harapan pelanggan atau setidaknya sesuai dengan keinginan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan akan terjadi apabila produk yang dipilih tidak memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan.

Menurut Griffin (dalam Cahyati 2018:45) definisi dari konsumen loyal adalah seseorang yang melakukan aktifitas membeli barang atau jasa yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1.) Melakukan pembelian ulang secara teratur (makes regular repeat purchase). Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.
- 2.) Membeli di luar lini produk/jasa (purchases across product and service lines). Membeli di luar lini produk dan jasa artinya keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan.
- 3.) Merefereksi toko kepada orang lain, artinya menarik pelanggan baru untuk perusahaan (Refers other). Pelanggan yang loyal dengan sukarela merekomendasikan perusahaan kepada teman-teman dan rekannya.
- 4.) Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*). Tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan perusahaan sejenis lainnya.

Loyalitas pelanggan dapat timbul karena adanya kepuasan pelanggan sebagai hasil

pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan pelanggan sehingga mereka enggan untuk beralih ke produk lain. Mempertahankan konsumen sendiri bagian penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Namun, itu bukanlah hal yang mudah, karena perusahaan harus melihat semua dimensi bisnis dan menentukan cara terbaik untuk menciptakan nilai bagi para konsumen. Dengan menciptakan nilai bagi konsumen maka akan tercipta sebuah loyalitas yang tinggi.

Menurut Priyanto Doyo (dalam Cahyati 2018:43) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah:

- 1.) Nilai (harga dan kualitas).
- 2.) Citra (baik dari kepribadian yang dimilikinya dan reputasi dari merek tersebut), citra dari perusahaan dan merek diawali dengan kesadaran. Produk yang memiliki citra yang baik akan dapat menimbulkan loyalitas konsumen pada merek.
- 3.) Kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut.
- 4.) Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
- 5.) Pelayanan dengan kualitas yang baik
- 6.) Garansi dan jaminan.

Seorang konsumen akan tumbuh menjadi loyal melalui proses secara bertahap dalam jangka waktu yang tidak sebentar. Perusahaan harus selalu mengenali tahap-tahap keinginan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Karena dengan hal tersebut perusahaan akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mengubah pembeli menjadi konsumen yang loyal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Perusahaan

Buccheri merupakan merek produk alas kaki Indonesia yang memiliki kualitas yang tidak kalah dengan merek sepatu luar negeri. PT Buccheri Indonesia yang semula bernama PT Vigano Cipta Perdana adalah suatu perseroan terbatas yang didirikan pada tanggal 08 Agustus 1988. Toko pertama sekaligus menjadi pusat perkantornya saat ini berada di daerah Pasar Baru, Jakarta Pusat. Seperti visi dan misi PT Buccheri Indonesia, mereka ingin masyarakat Indonesia lebih mencintai produk dalam negeri dan tetap melestarikan produk-produk lokal. Produk yang mereka

produksi juga beragam mulai dari sandal, sepatu, tas, ikat pinggang bahkan dompet yang semuanya berbahan dasar kulit. Produknya sendiri tersedia untuk wanita dan pria, dari anak-anak sampai dewasa. Karena produk yang mereka ciptakan terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas maka tak ayal jika merk sepatu Buccheri terkenal dengan produknya yang sangat awet. Sampai saat ini Buccheri sudah memiliki 118 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia dan semakin memikat banyak pecinta sepatu karena berhasil menawarkan produk-produk yang berkualitas.

Buccheri lebih banyak membuka gerai outletnya di dalam pusat perbelanjaan seperti mall. Seperti salah satu tokonya di Cileungsi, toko sepatu Buccheri berada di Metropolitan Mall Cileungsi yang berada di lantai UG. Ini menunjukkan bahwa Buccheri sudah memiliki nama yang cukup besar sehingga mampu bersaing dengan brand-brand luar yang berada di dalam mall. Terhitung sejak Metropolitan Mall Cileungsi dibuka, toko sepatu Buccheri telah 7 tahun beroperasi dan masih tetap menjadi salah satu toko yang paling banyak dikunjungi.

Selain memproduksi sepatu formal, kini Buccheri juga menawarkan produk sepatu sneaker guna mengikuti perkembangan pasar. Dengan model yang beragam dan trendy, Buccheri berhasil memikat kaum muda terhadap produk yang ditawarkannya. Meskipun begitu Buccheri tetap menawarkan kenyamanan serta kualitas tinggi terhadap produk-produknya. Dengan harga yang juga relatif terjangkau jika dibandingkan dengan brand sepatu lain yang berbahan dasar kulit asli.

Sepatu Buccheri memiliki ciri khasnya sendiri karena terbuat dari bahan kulit sapi asli. Bagian dalamnya juga lembut karena tiap sisi dalam sepatu ada yang dilapisi dengan bahan sponge dan tatakan dari bahan kulit disertai nama merek yang langsung mengenai tapak kaki. Model sepatunya pun beragam mengikuti perkembangan arus pasar. Selain itu sol sepatu yang digunakan berasal dari bahan karet lembut yang telah diolah dengan bahan PV, PVC, TPR, fiber dan sponge. Dalam pelaksanaan pembuatan sepatu Buccheri beberapa model sepatu dibuat secara handmade sehingga kualitas dan ketahanan sepatu tidak perlu diragukan lagi. Dengan segala keunggulan yang dimiliki oleh

produknya, Buccheri berhasil memikat hati para pecinta sepatu di Indonesia dan berhasil membawa namanya untuk bersaing dengan brand sepatu luar negeri.

Hasil Penelitian Kualitas Produk Buccheri

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri-ciri karakteristik dari barang yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, hal itu meliputi kinerja, keistimewaan, kesesuaian dengan spesifikasi dan daya tahan. Seperti halnya apa yang telah Buccheri lakukan tentang pengukuran kualitas produk, berikut pemaparannya:

1.) Kinerja (*Performance*)

Buccheri menggunakan kinerja sebagai salah satu pengukuran dari kualitas produk yang ditawarkannya, Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur sudah menerapkan standar pelayanan yang sesuai dengan SOP perusahaan.

Dari kinerja yang telah diberikan oleh toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur dapat diketahui bahwa kualitas produk salah satunya menggunakan kinerja, baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk. Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur telah melakukan pelayanan yang baik dan cepat untuk kepuasan konsumen.

Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur telah berupaya untuk memberikan kinerja (*Performance*) dengan maksimal agar dapat memberikan kesan baik agar diterima dengan di hati konsumen. Hal tersebut merupakan salah satu strategi Toko Buccheri untuk menarik perhatian sekaligus menjaga loyalitas konsumen.

2.) Keistimewaan (*Features*)

Salah satu hal yang membuat suatu produk dapat diingat oleh para konsumennya adalah keistimewaan dari produk tersebut. Toko Buccheri menerapkan *features* atau keistimewaan dari produk yang ditawarkan berupa daya tahan produk yang baik.

Produk Buccheri memiliki kualitas ketahanan yang sangat bagus karena material yang digunakan adalah kulit sapi asli.

Dari keistimewaan yang dimiliki produk Buccheri, konsumen memilih untuk terus membeli produk-produknya. Dan keistimewaan itu telah diterima oleh konsumen dikarenakan konsumen mendapatkan kepuasan dari bahan yang digunakan.

3.) Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to specification*)

Salah satu faktor kesesuaian dengan spesifikasi di Toko Buccheri yang paling menonjol adalah tentang bahan yang digunakan yakni kulit sapi asli, sehingga ketahanan produk menjadi lebih tinggi.

Kesesuaian dengan spesifikasi yang sudah diterapkan oleh Toko Buccheri dianggap sesuai dengan keinginan konsumen, dan memang sesuai dengan spesifikasi yang diberikan oleh perusahaan.

4.) Daya Tahan (*Durability*)

Faktor daya tahan suatu produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli produk tersebut. Daya tahan yang dimiliki produk Buccheri sudah sangat sesuai dengan harapan mereka. Daya tahan ini juga memiliki pengaruh penting terhadap produk yang di pasarkan oleh PT Buccheri Indonesia.

Untuk itu, semakin banyak konsumen yang mengetahui daya tahan yang diberikan perusahaan tersebut baik, maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik dengan kualitas produk Buccheri.

Dalam penjualan produknya, Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur selalu konsisten untuk memeriksa kualitas produk ketika barang itu tiba. Penerimaan barang yang ditugaskan kepada bagian staf gudang adalah pengecekan kualitas barang yang datang dari gudang pusat. Pengecekan barang ini meliputi kesesuaian jenis barang, kesesuaian jumlah barang, dan kondisi barang. Jika ada produk yang diterima oleh staf gudang maka harus dilakukan adanya pengecekan yaitu pengecekan warna yang sesuai, ukuran dan kesesuaian artikel produk. Selanjutnya melihat kesesuaian jumlah barang dengan faktur barang masuk. Lalu produk tersebut akan diurutkan sesuai artikel dan di susun ke dalam gudang dengan rapi.

Penerapan mutu prosedur inspeksi kedatangan barang ini bertujuan untuk menjaga standart kualitas produk serta meminimalisir kesalahan jumlah, jenis barang, dan kerusakan barang. Prosedur ini memiliki ruang lingkup meliputi penerimaan barang, proses pengecekan, dan penyimpanan. Pada prosedur kualitas barang Toko Buccheri menerapkan beberapa hal, yakni:

1.) Pengecekan faktur yang dibawa dari gudang meliputi: kesesuaian jenis, kesesuaian jumlah dan kondisi barang.

2.) Untuk produk tas, dompet dan ikat pinggang dilakukan juga pengecekan ulang serta pemberian label tentang informasi bahan produk.

3.) Semua aktivitas masuk barang harus tercatat dalam buku mutasi masuk dan keluar barang.

Adanya aturan Standar Operasional Perusahaan yang mengatur tentang apa saja yang harus dilakukan pada saat menerima barang masuk ke toko, hal itu membuat setiap barang yang datang telah diperiksa secara teliti dan layak untuk segera di jual. Apabila ada produk yang tidak sesuai atau cacat, maka produk tersebut akan dikirim kembali ke pusat gudang. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur sudah menjalankan Standar Operasional Perusahaan (SOP) yang sesuai dengan ketentuan tentang prosedur mutu kualitas barang.

Untuk menjamin kualitas produk perusahaan, pengecekan barang selalu dilakukan agar produk yang diterima oleh konsumen adalah produk yang memang sudah terjamin kualitasnya.

Loyalitas Konsumen Buccheri

Loyalitas konsumen muncul dari kepercayaan konsumen terhadap sistem yang baik dalam sebuah perusahaan. Loyalitas sendiri sebagai kunci sebuah perusahaan untuk tetap eksis dalam menjalankan suatu bisnis. Untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk-produknya, Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur tidak hanya menyediakan kualitas produk yang bagus, akan tetapi perusahaan juga menerapkan strategi sebagai berikut:

- 1.) Menciptakan kedekatan terhadap konsumen.
- 2.) Mengenal dan tahu nama konsumen.
- 3.) Memberikan pelayanan yang ikhlas.
- 4.) Ramah kepada konsumen.
- 5.) Memahami kebutuhan konsumen.

Strategi yang dilakukan oleh Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur sudah sesuai dengan strategi yang diharapkan oleh perusahaan dan konsumen. Berikut hasil wawancara terhadap konsumen yang merasa puas dengan produk Buccheri dan membuat konsumen memiliki rasa kepercayaan untuk menjadi pelanggan setia.

Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa dimensi kualitas produk berperan dalam memberikan kepuasan konsumen.

Salah satu dimensi yang dimaksud adalah kualitas yang dipersepsikan sesuai dengan apa yang telah mereka terima.

Kualitas ketahanan produk menjadi salah satu alasan para konsumen menyukai produk Buccheri sehingga mereka kerap melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada teman atau saudara.

Analisis Kualitas Produk Buccheri

Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang merupakan gabungan dari daya tahan, keandalan, serta kemudahan pemeliharaan dan komponen-komponen lain dari suatu produk.

Perusahaan harus melakukan inovasi agar konsumen merasa puas terhadap produk yang mereka beli, sehingga dapat meningkatkan kualitas dari produk itu sendiri. Perusahaan harus bisa memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen dengan cara menciptakan kualitas produk yang baik. Karena salah satu komponen penting dari nilai loyalitas yang diberikan konsumen adalah dari kualitas produk.

Dari hasil penelitian kualitas produk di Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur, kualitas produk yang terdiri dari kinerja yang baik, keandalan, kesesuaian dan daya tahan yang sesuai dengan kualitas produk telah melaksanakan fungsinya dengan baik. Selain produk-produknya lengkap, Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur juga melakukan pengecekan ulang untuk meminimalisir kecacatan produk sehingga produk yang dipajang benar-benar produk yang sudah terjamin kualitasnya.

Dari kualitas produk yang diberikan, konsumen disini dapat menyentuh produknya secara langsung untuk mengetahui kualitas dari produk itu sendiri. Dan produk Buccheri telah berusaha untuk menyesuaikan keinginan dan kebutuhan konsumen akan daya tahan suatu sehingga konsumen merasa puas dan adanya minat untuk pembelian ulang. Dengan begitu, produk Buccheri bisa dikatakan berkualitas karena produk-produknya mampu menerapkan standart pengukuran kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen sehingga konsumen merasa puas dan senang.

Analisis Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur

Loyalitas tercipta dari kepercayaan konsumen pada sebuah produk yang mampu memberikan penggambaran yang jelas tentang mutu dan sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini akan menjadi bentuk penilaian tersendiri dari konsumen terhadap barang yang telah mereka beli.

Toko Buccheri Metropolitan Mall sendiri telah mendapat hati di para penggemarnya karena kualitas produk yang dimiliki tergolong baik. Para konsumen yang membeli dengan datang langsung ke toko, merasa puas karena dapat menyentuh dan melihat produk secara langsung sehingga dapat mengetahui kualitas dari produk Buccheri. Produk-produk yang dijual di Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur juga beragam mulai dari sepatu, sandal, tas, dompet, ikat pinggang dan produk perawatan untuk bahan kulit.

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas dari produk Buccheri berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga terciptanya loyalitas konsumen. Kepuasan itu muncul karena kualitas produk di Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur sangat baik. Konsumen mengetahui bahwa bahan yang digunakan yaitu kulit asli sehingga produk tidak pecah atau mengelupas meskipun disimpan lama. Usia produk juga bisa bertahan lebih lama jika dibandingkan dengan produk lain. Kosumen Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur menjelaskan bahwa bentuk dari loyalitas mereka adalah dengan membeli ulang produk-produk Buccheri meski produk yang mereka miliki masih bagus. Selain itu konsumen merekomendasikan produk Buccheri kepada keluarga, saudara atau teman terdekat berdasarkan pengalaman mereka setelah menggunakan produk Buccheri.

Melihat banyaknya pujian atas kualitas produk Buccheri, hal ini membuktikan bahwa Buccheri berhasil memegang visi perusahaan yaitu untuk selalu menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Dengan berupaya meningkatkan kualitas produk secara terus menerus ini bukan tidak mungkin produk Buccheri dapat terus dicintai oleh konsumennya, sehingga nilai kepuasan pun semakin tinggi dan loyalitas yang diberikan oleh konsumen juga semakin tak ternilai.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis tentang kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1.) Kualitas produk Buccheri dilihat dari kinerja yang diberikan, kesesuaian, keistimewaan, kualitas yang dipersepsikan dan daya tahan sesuai dengan harapan konsumen. Produk yang sesuai dengan karakteristiknya mampu memberikan standart-standart yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2.) Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen toko Buccheri Metropolitan Mall Cibubur. Faktor daya tahan produk menjadi salah satu alasan utama konsumen tetap setia membeli produk Buccheri sehingga melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk Buccheri kepada saudara atau teman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV Syakir Media Press
- Daga, Rosnaini. 2017. *Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. Bantul: Penerbit KBM Indonesia
- Arsyanti, Nuri Mahdi dan Astuti, S.R.T. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Studi pada Toko Online Shopastelle Semarang" dalam *Diponegoro Journal of Management*, Vol 5, 1-11.
- Citra, Tamara dan Santoso, Suryono Budi. 2016. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group Semarang" dalam *Diponegoro Journal of Management*, Vol 5, 1-12.
- Riyono dan Budiharja, Gigih Erlik. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati" dalam *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8.
- Santoso, Joko Bagio. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Studi Pada Kosumen Geprek ensu Rawamangun" dalam *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol 16.
- Cahyati, Dewi Noer. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen produk Buccheri di Kota Kediri*. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Masrufah, Emilia. 2018. *Analisis Kualitas Produk dalam Menjaga Kepercayaan Konsumen Indah Bordir Sidoarjo*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Surabaya.
- Sumayyah, Sumayyah. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Studi Kasus Pada Shopee Kelurahan Sunter Jaya Jakarta Utara*. Skripsi Thesis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Jakarta.