

## Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keluasan Pelanggan Distro

Melly Samratul Fuadah

Universitas Teknologi Digital [melly10120809@digitechuniversity.ac.id](mailto:melly10120809@digitechuniversity.ac.id)

Lenni Lukitasari, S.E., M.M.

Universitas Teknologi Digital [lennilukitasari@digitechuniversity.ac.id](mailto:lennilukitasari@digitechuniversity.ac.id)

### Abstrak

**Tujuan\_** Studi ini menyoroti pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas pelanggan.

**Desain/Metode\_** Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur, dengan pengumpulan data dari buku, artikel jurnal, dan sumber elektronik lainnya.

**Temuan\_** Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berperan positif dalam memengaruhi loyalitas pelanggan. Begitu pula, kualitas pelayanan berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang pada gilirannya memengaruhi loyalitas mereka. Penanganan yang memuaskan terhadap keluhan pelanggan juga dapat memengaruhi kembalinya pelanggan yang tidak puas.

**Implikasi\_** Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus memprioritaskan kualitas layanan sebagai kunci kesuksesan. Meskipun dampak kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas pelanggan tidak selalu signifikan dalam beberapa penelitian, kombinasi kualitas produk dan layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka.

**Tipe Penelitian\_** Studi Literatur

**Kata Kunci :** Distro; Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan.

### I. Pendahuluan

Dalam era bisnis global yang kompetitif, penting bagi perusahaan untuk terus mengembangkan produk inovatif dan meningkatkan kualitas layanan untuk menarik pelanggan yang semakin cerdas. Hal ini terutama berlaku untuk bisnis pakaian seperti distro, di mana kualitas produk dan pengalaman belanja menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Distro ini tidak hanya menawarkan produk dengan desain eksklusif, tetapi juga menekankan pada kualitas bahan dan proses produksi yang berkualitas tinggi. Penting juga untuk memberikan pelayanan yang ramah dan responsif guna membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Dengan fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan, sebuah distro memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dan sukses di tengah persaingan pasar yang ketat. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan riset mengenai "Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keluasan Pelanggan Distro" dengan tujuan utama untuk analisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan distro, menyelidiki pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan distro dan melakukan evaluasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan.

### II. Kajian Teori

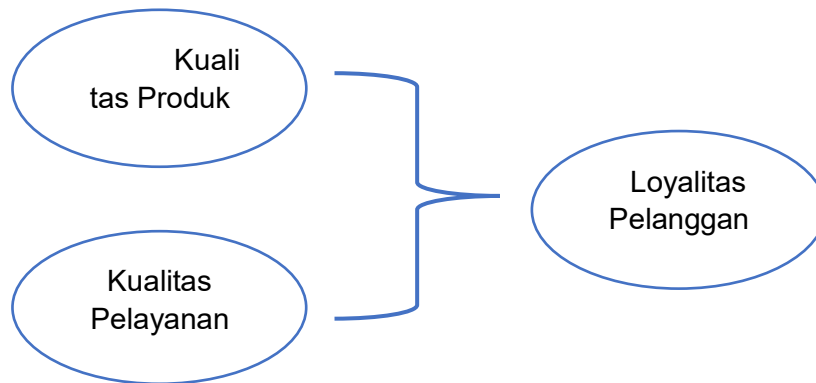
Untuk mempertahankan pelanggan, penting untuk memperhatikan bahwa mereka cenderung melakukan lebih banyak pembelian ketika kebutuhan mereka terpenuhi. Kepuasan pelanggan, menurut

Kotler (2009), terjadi ketika harapan pelanggan terpenuhi atau melebihi kenyataan, menciptakan perasaan positif atau negatif. Hubungan yang kuat terbentuk antara merek atau perusahaan dengan tingkat kepuasan dan kesenangan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga erat berkaitan dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi, sebuah konsep yang telah didukung oleh penelitian. Penting untuk memastikan konsistensi antara harapan dan pengalaman pelanggan dalam semua tahapan dari pembelian hingga penggunaan produk atau jasa, karena ini berkontribusi pada kebahagiaan pelanggan. Produk yang dapat digunakan kembali cenderung digunakan oleh pelanggan yang puas, sehingga memastikan kepuasan pelanggan menjadi elemen kunci dalam memenangkan persaingan bisnis.

Pelanggan yang loyal memiliki ciri-ciri yang jelas, menurut Kotler (2007: 48): mereka tetap setia pada produk, menyebarkan komunikasi positif dari mulut ke mulut, dan memprioritaskan perusahaan tersebut. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperhatikan lima faktor utama (Lupyadi, 2001): kualitas produk yang baik, pelayanan yang memuaskan, respons emosional dari konsumen, harga yang sesuai, dan minimnya biaya tambahan bagi konsumen. Menurut Fredy Rangkuti (2006), untuk mencapai dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat menggabungkan beberapa strategi, yaitu Relationship Marketing, Jaminan Pelayanan Tanpa Syarat, Pelayanan Pelanggan, Penanganan Pengaduan yang Efektif, dan Peningkatan Kinerja Perusahaan.

Arnould, Price, dan Zinkhan (dikutip oleh SH Manurung, 2009) mengidentifikasi jenis-jenis kepuasan konsumen, antara lain contentment yang menunjukkan reaksi pasif, pleasure yang melibatkan pelanggan secara aktif, kesenangan sebagai respons positif terhadap peristiwa tak terduga, dan ambivalensi yang membantu konsumen menafsirkan ekspektasi hasil. Selain itu, Wikie (dikutip oleh Dinarty SH Manurung, 2009) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen dapat dibagi berdasarkan tahap-tahap seperti antisipasi sebelum pembelian, kinerja produk setelah digunakan, perbandingan antara ekspektasi dan kinerja aktual, konfirmasi atau kekecewaan, serta kesenjangan antara harapan dan kinerja aktual yang dapat menyebabkan ketidakpuasan.

Ada beberapa metode untuk mengukur kepuasan konsumen, menurut Klaim Kotler (2008). Pertama adalah Sistem Keluhan dan Saran, yang memberikan pelanggan kesempatan untuk menyuarakan keprihatinan mereka. Kedua, menggunakan Sistem Kepuasan Konsumen, dengan melakukan survei untuk memahami kekuatan dan kelemahan produk serta memperbaiki area yang dirasa kurang oleh konsumen. Metode berikutnya adalah Ghost Shopping, di mana karyawan perusahaan yang tidak dikenal (ghost shopper) melakukan tindakan terhadap pesaing untuk mempelajari kualitas layanan mereka. Terakhir, Analisis Konsumen Hilang melibatkan menjangkau pelanggan yang telah beralih ke pesaing untuk memahami alasannya. Kualitas produk, mulai dari desain hingga operasi produksi, memiliki dampak luas, dengan faktor-faktor seperti kinerja, keandalan, dan dimensi lainnya. Sementara kualitas layanan, yang memastikan penawaran yang lengkap dan akurat, juga merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dan dimaksimalkan, dengan strategi untuk meningkatkan kualitasnya termasuk manajemen harapan pelanggan, pengembangan budaya mutu, dan pelacakan layanan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

### III. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur, dengan pengumpulan data dari buku, artikel jurnal, dan sumber elektronik lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara loyalitas pelanggan Distro dengan kualitas produk dan layanan yang mereka terima, dengan harapan pelanggan yang puas akan menjadi konsumen setia dan meningkatkan basis pelanggan yang setia untuk referensi di masa depan.

Analisis anotasi bibliografi adalah metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Ini melibatkan koleksi sumber-sumber tentang topik tertentu, diikuti oleh ringkasan singkat dari setiap sumber yang memberikan informasi relevan. Tiga hal yang penting dalam analisis ini termasuk identifikasi sumber yang dirujuk, kualifikasi penulis, dan kesimpulan konten tulisan. Data dikumpulkan dari artikel akademis dan jurnal ilmiah terkait kualitas produk dan layanan pelanggan Distro. Seleksi literatur didasarkan pada tahun publikasi, relevansi, dan kualitas metodologi penelitian. Hasilnya memberikan wawasan tentang hubungan antara kualitas produk dan layanan dengan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan empat prosedur, termasuk pengumpulan informasi, pencocokan data, pencarian informasi, dan perumusan pertanyaan penelitian yang relevan. Langkah-langkahnya mencakup pengorganisasian literatur, sintesis hasil, eksplorasi topik-topik kontroversial, dan Merumuskan pertanyaan penelitian yang layak.

### IV. Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 oleh Isma Tulloch dan Heriyanta Budi Utama, ditemukan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh yang menguntungkan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di wilayah distribusi Bloods Solo, berdasarkan temuan analisis data yang dilakukan peneliti. Dikatakan bahwa variabel utama yang mempengaruhi keteguhan klien adalah kualitas barang. Meskipun kualitas bantuan ditingkatkan, hal ini tidak terlalu mempengaruhi ketergantungan klien. Loyalitas pelanggan Bloods Solo dipengaruhi secara positif dan tidak signifikan oleh variabel kualitas pelayanan berdasarkan analisis data. Dengan demikian, kualitas pelayanan belum memadai untuk mendorong loyalitas pelanggan. Pemeriksaan informasi menunjukkan bahwa variable

lain seperti harga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yang dapat diartikan sebagai tanda bahwa harga yang signifikan.

Menurut penelitian Duwi Murdiyanto (2017), variabel loyalitas pelanggan toko distro Betterdays dipengaruhi secara signifikan oleh harga, pelayanan, dan kualitas produk secara simultan. Namun pada toko distro Betterdays, loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas produk. Untuk sementara, faktor kepuasan pada pelayanan pada dasarnya mempengaruhi dedikasi klien di toko distro Betterdays. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdampak pada loyalitas konsumen dan membuat konsumen tidak tergoyahkan. Hal ini bisa terjadi karena Toko Distro Betterdays merupakan toko distro yang cukup terkenal, sehingga ketika pelanggan membeli sesuatu di Toko Distro Betterdays maka mereka tidak perlu khawatir dengan harga atau kualitas produknya.

Menurut penelitian Adam Nur Fatoni (2018), Distro RSCH di Yogyakarta dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan. Kualitas produk memainkan peran utama dalam mempertahankan pelanggan. Pada Distro RSCH di Yogyakarta, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh nilai pelanggan, namun tidak cukup besar untuk menjadi signifikan. Pada Distro RSCH Yogyakarta kualitas produk, citra merek, dan kualitas layanan semuanya mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas suatu produk dan loyalitas konsumen mempunyai hubungan yang erat. Ketika pelanggan puas dengan barang yang mereka beli, mereka akan tetap setia pada merek yang mereka pilih. Menurut penelitian ini, loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk. Akibatnya, loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, yang juga mempengaruhi kebahagiaan dan ketidakpuasan pelanggan.

Kualitas produk juga membuat perbedaan langsung, signifikan, dan positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini mengartikan bahwa jika kualitas produk meningkat, maka pada saat itu loyalitas konsumen juga meningkat secara bertahap. Perusahaan harus memenuhi harapan konsumen terhadap kualitas produk yang tinggi karena kualitas produk yang tinggi sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas produk merupakan suatu karakteristik, dan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memuaskan suatu kebutuhan dipengaruhi oleh karakteristik barang atau jasa tersebut. Produk yang berkualitas tinggi merupakan hal yang sangat penting, sehingga distro wajib menghasilkan barang yang berkualitas tinggi agar dapat memuaskan minat konsumen dan mendorong mereka untuk membeli kembali. Dalam jangka panjang, hal ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Setiap orang pernah mendapatkan layanan terbaik yang bisa dibayangkan, yang meninggalkan kesan mendalam dan keinginan untuk sering menerimanya. Namun, beberapa di antaranya juga mendapatkan pelayanan yang sangat buruk, sehingga membuat mereka tidak bisa merasa sentimental. Namun kadang-kadang, seseorang menerima pelayanan yang tidak buruk dan tidak biasa-biasa saja, namun tetap saja mereka tidak puas. Melayani orang lain melibatkan tanggapan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka dan juga melayani sebagai sarana memberikan layanan kepada mereka. Dengan membandingkan kualitas layanan yang menurut pelanggan mereka terima atau pantas mereka terima, seseorang dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan tertentu.

Salah satu cara untuk mengkarakterisasi kualitas layanan adalah sebagai hasil evaluasi konsumen secara parsial atau komprehensif mengenai kesenjangan antara harapan mereka dan layanan aktual yang akhirnya mereka terima. Persepsi pelanggan menentukan apakah suatu layanan dianggap sangat baik atau buruk. Apabila perspektif pelanggan sesuai dengan perkiraan maka kualitas

pelayanan dianggap baik. Kapasitas perusahaan untuk terus memuaskan pelanggan menentukan apakah layanannya berkualitas tinggi atau rendah.

Meskipun keluhan pengunjung seringkali minimal, namun penyediaan layanan berkualitas tinggi yang memuaskan pelanggan harus terus dilakukan. Namun bukti menunjukkan bahwa, jika keluhan mereka ditangani dengan memuaskan, pelanggan yang tidak puas akan kembali lagi ke perusahaan. Menurut Rusydi (2017), fokus utama manajemen haruslah pada kualitas pelayanan karena merupakan landasan keberhasilan perusahaan.

## V. Penutup

Kualitas produk dan layanan berkontribusi pada kepuasan pelanggan, meskipun dampaknya terhadap loyalitas pelanggan mungkin tidak selalu signifikan dalam beberapa penelitian. Namun, layanan tetap penting bagi distro karena dapat memengaruhi persepsi pelanggan. Bahkan jika produk berkualitas tinggi, layanan yang baik tetap dapat mempertahankan pelanggan setia. Kombinasi kualitas produk dan layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka, yang tercermin dalam pembelian berulang dan rekomendasi positif.

## Daftar Pustaka

- Tulloch, Isma, and Heriyanta Budi Utama. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Distro Bloods Solo." *Kelola* 7.2 (2020): 211-222.
- Bilgies, Ana Fitriyatul, et al. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Distro Mayang Madu Paciran Lamongan." *Jmacc: journal management and accounting* 4.2 (2021): 75-91.
- Murdiyanto, Duwi. *Pengaruh Harga, Kepuasan, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Distro Betterdays*. Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018.
- Fatoni, Adam Nur. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Distro Rsch di Yogyakarta." *Jurnal Ekobis Dewantara* 1.4 (2017): 53-62.
- Sembiring, Inka Janita, and A. Kusumawati Suharyono. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 15.1 (2014).
- Setyaningsih, Dewi, Mukson Mukson, and Siswanto Imam Santoso. "Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Tempur." *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK* 19.2 (2023): 143-154.
- Elvi, Fitria, and Florentina Neneng Sabela. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (Studi pada Perumda Sirin Maragun Kota Sekadau)." *Jurnal Manajemen Sains dan Perusahaan* 3.3 (2022): 232-239.
- Riyanto, Dwi Agus, and I. Wayan Midhio. "The Role of Social Media in Building Public Opinion on the Covid-19 Pandemic and Its Impact on National Defense." *European Journal of Humanities and Social Sciences* 3.3 (2023): 132-138.
- Nugraha, Aldo Septa. "Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada pengguna game among us)." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 6.2 (2023): 1434-1441.
- Tarigan, Hary Irvan, Yulinda Manurung, and Winida Marpaung. "Loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan pada pelanggan jasa transportasi online." *Philanthropy: Journal of Psychology* 3.1 (2019): 34-47.
- Yani, Ranti April, Mathora Tatiana Sinambela, and Irsyad Lubis. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN "SCARLETT WHITENING BODYLOTION"." *Jurnal Riset Entrepreneurship* 5.2 (2022): 47-55.

- Wisudarini, Inne Satya. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1.3 (2017): 109-126.
- Aspirin, Mohammad. "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kayu Pada Perum Perhutani KBM Penjualan Kayu Wilayah Madiun Di Kota Kediri." *Otonomi* 22.1 (2022): 49-55.
- Firdaus, Firdaus. "Pengaruh Persepsi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Private Label Indomaret (Studi Pada Konsumen Indomaret Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi)." *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 9.1 (2020): 1-14.
- Kurniawati, Dewi, and Andriani Kusumawati Suharyono. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan KFC cabang Kawi Malang). Vol. 1. Brawijaya University, 2014.
- Eviana, Nova. "Penilaian Kepuasan Mahasiswa Pada Pelaksanaan Pembelajaran Melalui Importance Performance Analysis Di Akademi Pariwisata Indonesia Jakarta." *Eduturisma* 1.1 (2016).
- Kuswanto, Hery. "Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 2.2 (2021): 957-966.
- Normasari, Selvy, Srikandi Kumadji, and Andriani Kusumawati. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 6.2 (2013).
- Handayani, Jasella, and Tyahya Whisnu Hendratni. "PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN KONSUMEN BEBBI SHOES DI JAKARTA." (2020).
- Nyonyie, Riska Asnawi, Johnny AF Kalangi, and Lucky F. Tamengkel. "Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 9.3 (2019): 18-24.
- Gemina, Dwi, Siti Robiatul Adawiyah, and Yulianingsih Yulianingsih. "Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 5.2 (2023): 1469-1483.
- Susanti, Libriana. "Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan." *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 2.2 (2020): 142-158.
- Wannahar, Karvin Shinta Laily, and Farida Indriani. "Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampak Loyalitas Pelanggan Brand Zara." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 17.5 (2023): 3414-3425.
- Al-Zasiah, Al-Zasiah, and Siti Komariah Hildayanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Biro Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang)." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)* 10.2 (2024): 1084-1097.
- ANALISA PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP ... Neliti, 2017, <https://media.neliti.com/media/publications/80614-ID-kuncoro-z-s-2009-april-komitmen-organisa.pdf>.