

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI JULIETTE PATISserie

Mellini Cristia Lekatompessy^{1*}

¹ melincristia@gmail.com, STIE Wiyatamandala, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Pengajuan : 17/07/2025

Revisi : 24/07/2025

Penerimaan : 10/09/2025

Kata Kunci:

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

Keywords:

Product Quality, Service Quality, Price, Customer Loyalty

DOI:

10.52859/jem.v1i2.858

ABSTRAK

Juliette Patisserie adalah home industri yang bergerak di bidang *pastry* dan *bakery* yang ramai pelanggan karena selalu mempertimbangkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga untuk mendapatkan loyalitas pelanggan yang tinggi. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan berupa penelitian deskriptif. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang berkunjung ke Juliette Patisserie. Jumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 102 orang responden yang terdiri dari 65 orang laki-laki dan 37 orang perempuan. Disimpulkan bahwa uji *f* semua variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3) mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) di Juliette Patisserie. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan dengan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,643 artinya adalah besarnya pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Harga (X_3) yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 64,3%, sedangkan sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Juliette Patisserie.

ABSTRACT

Juliette Patisserie is a home industry engaged in *pastry* and *bakery* which is crowded with customers because it always considers product quality, service quality, and price to gain high consumer loyalty. This research is included in quantitative research and the research method used is descriptive research. The respondents who are the sample in this study are customers who visit Juliette Patisserie. The number of respondents who are the sample in this study is 102 respondents consisting of 65 men and 37 women. It is concluded that the *f* test of all independent variables, namely product quality (X_1), service quality (X_2), and price (X_3) have a joint or simultaneous influence on the customer loyalty variable (Y) at Juliette Patisserie. The results of the determination coefficient test (R^2) indicated by the *R Square* value of 0.643 means that the magnitude of the influence between the variables Product Quality (X_1), Service Quality (X_2) and Price (X_3) which affect Customer Loyalty (Y) is 64.3%, while the remaining 35.7% is influenced by other variables outside this study. The results of the study show that Product Quality, Service Quality, and Price have a significant effect on Juliette Patisserie Customer Loyalty.

Pendahuluan

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi telah mendorong pertumbuhan pesat di sektor industri kuliner, termasuk usaha rumahan seperti home bakery. Salah satu produk *pastry* yang semakin populer adalah *croissant*, yang kini menjadi pilihan camilan praktis bagi masyarakat modern yang menginginkan variasi makanan. Fenomena ini membuka peluang bisnis bagi pelaku usaha kecil untuk menghadirkan produk berkualitas dengan sentuhan inovatif. Juliette Patisserie adalah salah satu contoh usaha rumahan yang bergerak di bidang *pastry* dan *bakery*, dengan fokus pada *croissant* dan produk sejenis, serta dikenal karena kualitas produknya, pelayanan yang baik, dan harga yang kompetitif.

Dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, tiga faktor utama yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan strategi penetapan harga. Konsumen saat ini memiliki banyak pilihan dan semakin selektif dalam menentukan preferensi. Oleh karena itu, pelaku usaha harus memahami kebutuhan dan perilaku konsumen secara mendalam. Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas loyalitas pelanggan dalam konteks perusahaan besar di bidang

bakery, masih terdapat kekurangan studi yang fokus pada usaha roti rumahan. Karakteristik bisnis rumahan, terutama dari sisi manajemen, pendekatan pemasaran, dan kedekatan dengan pelanggan, berbeda dari perusahaan besar dan belum banyak diteliti secara mendalam.

Penelitian adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk mencari solusi atas suatu isu berdasarkan informasi yang didapatkan untuk mendukung penyelesaian suatu masalah (Andres Dharma Nurhalim, 2022). Penelitian adalah elemen dasar dalam sektor pendidikan yang memerlukan kemampuan analisis statistik yang cukup (Puspita, 2024). Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara kuantitatif pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Juliette Patisserie. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha sejenis dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat.

Telaah Literatur

Kualitas Produk

Secara umum, kualitas produk adalah kemampuan barang tersebut untuk melaksanakan fungsinya secara maksimal, termasuk daya tahan, kemudahan penggunaan dan pemeliharaan, serta karakteristik lainnya yang menunjang kepuasan pengguna (Tamon, 2021). Kemampuan perusahaan dalam meraih posisi unggul di pasar sangat ditentukan oleh kualitas produknya. Keunggulan kompetitif yang terus dipertahankan dalam jangka panjang akan mendorong performa bisnis menjadi lebih baik dibandingkan pesaing. Secara umum, kualitas dapat diartikan sebagai kumpulan karakteristik dari suatu barang atau jasa yang berperan penting dalam memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan. Tingkat keberhasilan suatu produk di pasar sangat erat kaitannya dengan mutu yang dimilikinya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat pencapaian yang sesuai dengan harapan konsumen atas suatu produk atau jasa. Suardana (2021) menyatakan bahwa layanan akan diterima baik apabila mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan sangat ditentukan oleh bagaimana perusahaan menyajikan pelayanan. Perusahaan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen melalui produk yang unggul dan pelayanan yang prima akan lebih mudah mendapatkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan.

Harga

Harga biasanya dijadikan sebagai tanda ukuran nilai, yang berhubungan dengan pandangan tentang seberapa berguna suatu produk atau layanan. Sebagai ukuran, harga dapat dilihat dari sudut pandang kemampuan beli konsumen, kesesuaian antara harga dan kualitas pelayanan, tingkat persaingan harga, serta hubungan harga dengan manfaat yang diperoleh (Sutrisno, 2020).

Loyalitas Pelanggan

Menurut Sakinah & Ismunandar (2022) loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai bentuk komitmen tinggi dari konsumen untuk terus melakukan pembelian atau merekomendasikan produk tertentu secara berkelanjutan, meskipun mereka mendapat tawaran dari pesaing. Konsumen yang loyal biasanya memiliki pandangan positif terhadap suatu produk dan menunjukkan kesetiaan melalui pembelian yang dilakukan secara berulang dan konsisten (Manihuruk, 2023).

Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara tentang parameter populasi yang menjadi perhatian,

lazimnya hipotesis merupakan pernyataan yang berkaitan dengan distribusi peluang dari populasi (Namora, Ina, Selvy, Hamdi Roles, 2019).

H₁: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Juliette Patisserie.

H₂: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Juliette Patisserie.

H₃: Terdapat pengaruh harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Juliette Patisserie.

H₄: Terdapat pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Juliette Patisserie.

Metode

Penelitian ini masuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kuantitatif sendiri didasarkan pada paradigma positivistik dan bertujuan untuk menyelidiki suatu populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan dan pengolahan data dalam bentuk angka atau statistik, yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2022).

Menurut Suhardi (2023) definisi operasional adalah Menguraikan pergeseran dalam kinerja berdasarkan ciri-ciri yang terlihat yang memungkinkan peneliti untuk mengukur suatu objek dengan tepat. Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan empat variabel untuk diuji, yang terdiri dari 3 (tiga) variabel bebas (independen) dan 1 (satu) variabel terikat (dependen).

Menurut Sugiyono (2020) sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang diteliti. Dengan kata lain, sampel adalah representasi dari populasi secara keseluruhan, sementara populasi mencakup seluruh elemen atau objek yang menjadi sasaran studi. Pengambilan sampel biasanya dilakukan karena keterbatasan waktu, biaya, tenaga, serta luasnya cakupan populasi.

Pada penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh pelanggan Juliette Patisserie. Namun, karena jumlah populasi yang tidak tetap dan relatif besar, serta keterbatasan waktu yang tersedia, peneliti menetapkan penggunaan teknik sampling tertentu untuk memperoleh data yang relevan dan akurat. Sampel diambil berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Pelanggan Juliette Patisserie yang telah melakukan pemesanan lebih dari dua kali.
2. Responden pria dan wanita dengan rentang usia mulai dari 20 tahun hingga di atas 50 tahun.

Untuk menentukan ukuran sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin, karena metode ini memungkinkan penentuan jumlah responden dengan tingkat kesalahan tertentu yang masih dapat ditoleransi. Metode ini dipilih karena sifatnya yang sederhana namun efektif untuk mendapatkan ukuran sampel yang proporsional terhadap populasi yang ada. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dianalisis secara kuantitatif dan memberikan hasil yang dapat dipertanggung jawabkan.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk: untuk variabel Kualitas Produk (X_1) dari 102 responden dapat disimpulkan oleh peneliti yang terbanyak menjawab setuju yaitu sebesar 73,5%. Mean score tertinggi 4,2 dan terendah 3,9.
2. Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan: untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2) dari 102 responden Juliette Patisserie yang menjadi objek penelitian, yang terbanyak menjawab setuju yaitu sebesar 68,6%. Mean score tertinggi 4,2 dan terendah 3,9.
3. Hasil Kuesioner Variabel Harga: untuk variabel Harga (X_3) dari 102 responden Juliette Patisserie yang diteliti, yang terbanyak menjawab setuju sebesar 77,4%. Mean score tertinggi 4,1 dan terendah 4.

4. Hasil Kuesioner Loyalitas Pelanggan: untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y) dari 102 responden Juliette Patisserie, didominasi jawaban setuju yaitu sebesar 74,5%. Mean score tertinggi 4,2 dan terendah 3,9.

Pembahasan

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung (4,096) > t tabel (1,660), yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk, semakin tinggi loyalitas pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
Nilai t hitung sebesar 2,188 > t tabel 1,660, membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
Dengan nilai t hitung 4,263 > t tabel 1,660, dapat disimpulkan bahwa harga yang sesuai turut memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.
4. Secara simultan, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
Nilai F hitung (58,954) > F tabel (2,70) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan, baik secara individu maupun bersama-sama, terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan ketiga aspek tersebut secara optimal untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Simpulan

1. Kualitas Produk
Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, peningkatan mutu produk secara konsisten sangat penting untuk menjaga kesetiaan konsumen.
2. Kualitas Pelayanan
Pelayanan yang baik secara nyata berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan agar pelanggan merasa puas dan tetap setia.
3. Harga
Harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Penyesuaian harga yang tepat, seperti promosi atau diskon pada saat-saat tertentu, dapat membantu menarik dan mempertahankan pelanggan.
4. Keseluruhan Strategi
Dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan serta menetapkan harga yang sepadan dengan nilai produk, Juliette Patisserie dapat memperkuat loyalitas pelanggan, menciptakan hubungan jangka panjang, dan mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Referensi

- Andres Dharma Nurhalim, R. (2022). PELATIHAN PENGOLAHAN DATA PENELITIAN BISNIS PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIYATAMANDALA DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI SPSS. *Jurnal Abdi Mandala*, 1.
- Manihuruk, B. K. (2023). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS

- PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT SHOPEE INDONESIA. *Business and Management*.
- Namora, Ina, Selvy, Hamdi Roles, E. A. (2019). PENGARUH REKRUTMEN DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BUDI RAYA PERKASA. *Manajemen*, 5.
- Puspita, S. (2024). *MEMBANGUN KOMPETENSI ANALISIS STATISTIK MAHASISWA MELALUI WORKSHOP APLIKASI SPSS*.
- Sakinah, N. P., & Ismunandar. (2022). Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Skincare Wardah Dikota Bima. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1.
- Suardana¹), I. K., & Intan Normalita Sari²). (2021). PERAN PASTRY DAN BAKERY TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI TOKO DELI HOTEL MAJAPAHIT SURABAYA. *Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 4.
- Sugiyono. (2020). *Rumus Slovin pada Oclo store bandung melalui marketplace shoppe*.
- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Suhardi. (2023). *Definisi Operasional Variabel terhadap Workload, Social Support, Burnout, and Employee Motivation*.
- Sutrisno. (n.d.). ANALISIS PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN DAN BRAND RECOGNITION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STIE WIYATAMANDALA. 2020.
- Tamon, N. P., Manoppo, W. S., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMELE Leilem*. 2.
file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/npioh,+Jurnal+Pris+309-314 (1).pdf