

**PENGARUH KUALITAS DAN KEHALALAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DEIDARA CAKE BANGKALAN**

Beti Afitri⁽¹⁾, Mashudi²
STAI Darul Hikmah Bangkalan
beti@darul-hikmah.com, mashudi@darul-hikmah.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan kehalalan produk terhadap loyalitas pelanggan deidara cake bangkalan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, data yang diperoleh dari penelitian ini melalui tahap wawancara, observasi dan kuesioner tentang kualitas dan kehalalan produk terhadap loyalitas pelanggan deidara cake bangkalan. Berdasarkan uji yang dilakukan seperti uji validitas, reliabelias, uji asumsi, uji analis regresi berganda ataupun uji hipotesis, tidak ditemukan penyimpangan. Kualitas dan kehalalan produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dan berpengaruh bersama-sama secara simultan X1 dan X2 terhadap variabel Y Dengan demikian nilai R Squer atau R2 dalam penelitian ini sebesar 0,417 atau 41,7% sementara sisanya yang 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Kata kunci ; kualitas produk, kehalalan produk dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This research aims to know the influence of quality and halal products on customer loyalty deidara cake bangkalan influenced by several factors, this study uses quantitative approach methods, data obtained from this study through the interview stage, observations and questionnaires about the quality and halalness of products to customer loyalty deidara cake bangkalan. Based on tests conducted such as validity tests, reliabelias, assumption tests, multiple regression analyst tests or hypothesis tests, no deviations were found. The quality and halalness of the product partially affect customer loyalty and affect together simultaneously X1 and X2 against variable Y Thus the value of R Squer or R2 in this study amounted to 0.417 or 41.7% while the remaining 48.3% was influenced by other variables not found in this study.

Keywords ; product quality, product halalness and customer loyalty

PENDAHULUAN

penetian ini dilatar belakangi oleh Loyalitas pelanggan tergantung bagaimana kualitas yang baik dan kehalalan produk yang ditawarkan. Masalah kualitas produk merupakan tindakan ataupun kegiatan yang ditawarkan oleh salah-satu pihak ke pihak yang lain. loyalitas pelanggan juga menjadi permasalahan yang sangat kompleks karena perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek yang terkait tentang kualitas dan kehalalan produk Pada dasarnya kegiatan perusahaan adalah mendapat profit, sesuai dengan perinsip ekonomi konvensional sekecil-kecilnya modal maka sebesar-besarnya untung, tetapi di balik itu perusahaan juga mempunyai tugas untuk membuat minat konsumen menetap dan menjadikan konsumen menjadi loyal terhadap satu produk yang diciptakan.

Berdasarkan yang peneliti telah paparkan di atas peneliti berminat untuk melakukan sebuah penelitian di Deidara Cake Bangkalan. Dengan ini penulis mengajukan judul “Pengaruh Kualitas Dan Kehalalan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Deidara Cake Bangkalan”

KUALITAS PRODUK

Produk adalah segala macam sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diamati, disukai, dan dibeli untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Produk adalah suatu sifat yang komplek dapat diraba, termasuk kemasan, warna, harga, prestasi perusahaan dan pengeceran yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan ataupun keinginan.

Menurut Philip Kotler, produk ialah apa saja yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. ini meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa gagasan pokok dari definisi tersebut ialah konsumen membeli tidak hanya sekedar atribut fisik saja, tetapi sasaran mereka membayar untuk sesuatu yang bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Produk dapat dibagi menjadi lima yaitu :

1. Manfaat utama dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen
2. Bentuk nyata dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indera

3. Rangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh konsumen pada saat membeli suatu produk.
4. Sesuatu yang menjadi pembeda antara produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
5. Semua pendapat dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa datang.

Indikator kualitas produk

Menurut Tjiptono, indikator kualitas produk sebagai berikut :

1. Keistimewaan tambahan (features) yakni karakteristik sekunder atau sebagai pelengkap.
2. Keandalan (reability) adalah kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau kegagalan saat digunakan
3. Kesesuaian spesifikasi (conformance to specification) yaitu sejauh mana karakteristik pesaing dan operasi memenuhi standar-standar yang telah diterapkan sebelumnya.
4. Daya tahan (durability) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan ataupun dikonsumsi.
5. Estetika (esthetic) yaitu daya tarik suatu produk terhadap pancaindera.

Kehalalan produk

Kata halal bermula dari bahasa arab berakar dari kata halla yang memiliki arti “lepas” secara etimologi kata halal disini berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas dan terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya, atau juga bisa diartikan sebagai sesuatu yang telah bebas dari bahaya dunia dan akhirat.

. Adapun syarat-syarat antara lain sebagai berikut:

1. Halal dari segi zatnya artinya halal dari hukum asalnya misalkan sayur-sayuran
2. Halal cara mendapatkannya artinya cara memperolehnya makanan tersebut sesuai dengan ajaran Islam misalkan tidak dengan cara mencuri, merampok ataupu merampas harta milik orang lain.

3. Halal dalam cara memprosesnya, misalkan proses penyembelihan binatang sesuai dengan prosedur-prosedur ajaran Islam misalkan dengan membaca basmalah terlebih dahulu.
4. Halal dalam penyimpanannya, penyimpanannya tidak mengandung barang yang diharamkan seperti contoh, babi dan anjing (binatang yang diharamkan oleh Allah).
5. Halal dalam pengangkutanya misalkan binatang yang mati dalam perjalanan pengangkutan meskipun baru sebentar, tidak boleh disembelih dan dikonsumsii oleh manusia.
6. Halal segi penyajianya artinya dalam menyajikan tidak mengandung barang yang diharamkan menurut syariat-syariat Islam. Salah satu ayat yang tertulis dalam al-quran ialah sebagai berikut

اَحَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَاَحَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمِيَّتَةُ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا اُهْلَكَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ عَزَّوَلَا عَلَى دِفْلَا اَنْمَمْ^١ Sesungguhnya Dia mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Namun barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak pula melampaui batas, maka tidak dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.²

وَكُلُوا مَا رَزَقْنَاكُمُ اللَّهُ حَلَّا طَيْبًا ۖ وَأَقْوِا اللَّهُ أَذِنِي إِنَّمَا يُهِمُّنُّكُمْ

"Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya.

Allah Subhanahu Wa Ta'ala juga berfirman:

أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مَا فِي الْأَرْضِ حَلَّا طَيْبًا ۖ وَلَا شَبَّعُوا خُطُورَتِ الشَّيْطَانِ

إِنَّهُ لَكُمْ عَذُونٌ مُّبِينٌ

Wahai manusia, Makanlah makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kau mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya, setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

¹ QS. Al-Baqarah (2):173

² Departemen agama RI, *Al-quran dan terjemah special for woman.....*,26

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُّوْمَنْ طَبِيَّتِ مَا رَزَقْنَاهُمْ وَإِنْ كُنْنَمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Wahai orang-orang beriman, Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kau hanya menyembah kepadanya.

Adapun indikator kehalalan produk sebagai berikut :

1. Badan usaha atau perusahaan telah resmi mendapatkan sertifikasi halal dari kementerian agama republik Indonesia, yang dibuktikan dengan adanya label halal terbaru versi Kemenag RI pada kemasan produknya.
2. Hal-hal yang berkaitan dengan akad jual beli yang sesuai syariah (fiqh) .
3. Pengetahuan, kepercayaan dan kesadaran kosumen akan produk halal.

Loyalitas pelanggan

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian kepada negara, cita-cita, atau individu. Dalam konteks bisnis, loyalitas digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasa secara berulang, lebih baik secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-temannya. Menurut Griffin, untuk mempertahankan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan, ada dua faktor yang sangat menentukan adalah

1. Faktor keterikatan (attachment) yang tinggi terhadap produk tertentu dibandingkan terhadap produk pesaing. Keterikatan yang dirasakan oleh seorang pelanggan dibentuk oleh dua dimensi : tingkat preferensi, yaitu seberapa besar keyakinan seorang pelanggan terhadap produk tertentu, serta oleh tingkat diferensiasi produk yang dipersepsikan. Kemampuan pelanggan membedakan produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing secara signifikan menunjukkan keberhasilan melakukan diferensiasi produk.
2. Pembelian ulang , loyalitas tidak akan terwujud apabila seorang pelanggan melakukan pembelian ulang. Berdasarkan keterangan mengenai loyalitas pelanggan sesuai dengan yang dipaparkan diatas, berikut indikator loyalitas pelanggan meliputi :

Indikator pertama loyalitas pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang purchase intention yaitu keinginan pelanggan yang kuat untuk melakukan pembelian atau transaksi ulang produk atau jasa perusahaan yang sama di masa yang akan datang. perilaku pelanggan yang loyal sebenarnya adalah ditujukan dengan adanya keinginan yang kuat untuk melakukan pembelian ulang produk dan jasa yang sama. Indikator kedua, pengukuran loyalitas pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang word of mont. word of mont yang dimaksud adalah pelanggan menceritakan kebaikan perusahaan kepada orang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Semakin banyak kali menceritakan kebaikan perusahaan kepada orang lain maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Indikator ketiga pengukuran loyalitas pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang price sensitivity maksudnya adalah pelanggan tidak terpengaruh dengan tawaran harga yang rendah dari perusahaan pesaing. Tawaran pesaing dapat berupa bunga yang tinggi, potongan harga, hadiah dan sebagainya.

Indikator keempat, pengukuran loyalitas pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang complaining behavior, adalah perilaku pelanggan tanpa merasa canggung dan enggan menyampaikan kompleks ataupun keluhan kepada pihak perusahaan di masa yang akan datang karena telah terbangun hubungan yang harmonis yang bersifat kekeluargaan antara pelanggan dan pihak perusahaan.

METODE PENELITIAN

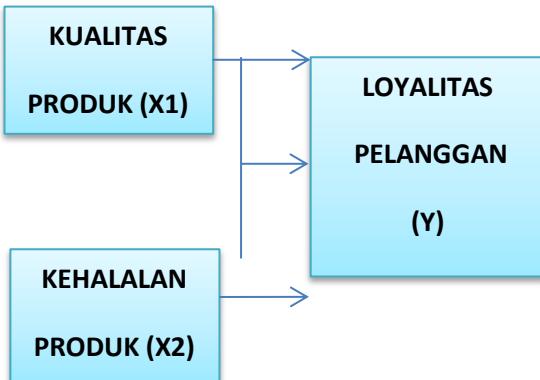
Dalam sebuah penelitian seorang peneliti harus menggunakan jenis penelitian yang tepat. Ditinjau dari pendekatan yang digunakan, penelitian lapangan dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif, dan dalam penelitian ini penulis mengangkat judul pengaruh kualitas dan kehalalan produk terhadap loyalitas pelanggan Deidara Cake Bangkalan maka penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, Sedangkan jenis penelitian yang digunakan ini adalah jenis penelitian asosiatif.

Penelitian ini memiliki dua variable bebas dan satu variabel terikat. Untuk memudahkan memahami proposal penelitian ini, maka penulis merumuskan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 1.1

37

Beti Afitri, Mashudi--Pengaruh Kualitas dan Kehalalan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Deidara Cake Bangkalan



Populasi dan sampel penelitian

Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Ada dua jenis populasi yaitu: populasi terbatas dan populasi tidak terbatas (tak terhingga).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Deidara Cake Bangkalan dengan jumlah kurang lebih 40 orang. Dimana jumlah populasinya akan diambil untuk dilakukan penelitian tanpa menggunakan sampel. Hal ini sesuai dengan peryataan Suharsimi Arikunto. Yaitu apabila populasi kurang dari 100 orang, maka boleh diambil sampel seluruhnya karena tidak terlalu banyak.

Merupakan data yang berasal dari sumber kedua yang dapat diperoleh dari buku-buku, brosur, dan artikel yang dapat dari media online/website yang berkaitan dengan penelitian ini. atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung, data ini mendukung pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tersebut. Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil dari sejumlah buku online ataupun offline, jurnal dan beberapa contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angka yang dibagikan telah terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan :

Uji analisis regresi linier berganda

Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana

Y = loyalitas pelanggan

a = konstanta

b₁,b₂ = koefisien regresi berganda

X₁ = kualitas

X₂ = kehalalan produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil uji penelitian analisis regresi linier pada sub bab pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi variabel X₁ yakni (kualitas produk) adalah sebesar ($b_1=0,251$), yang artinya, jika kualitas produk X₁ meningkat sebesar 1 satuan,maka loyalitas pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,251.Kesimpulannya adalah kualitas produk merupakan variabel bebas pertama (X₁) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

2. Pengaruh kehalalan produk terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil uji penelitian dari analisis regresi linier pada sub bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi variabel X₂ (kehalalan) adalah sebesar ($b_2=0,431$), yang artinya jika kehalalan (X₂) meningkat sebesar 1 satuan, maka hasil loyalitas pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,431Kesimpulannya

ialah jika terdapat peningkatan pada variabel kehalalan (X2) maka loyalitas pelanggan (Y) juga akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil uji T pada variabel X2 (kehalalan) terhadap variabel Y (loyalitas pelanggan) pada sub bab sebelumnya menunjukkan bahwa nilai Thitung sebesar 3,418 dan Ttabel sebesar 0,68137 oleh karena itu maka Ha diterima dan Ho ditolak (signifikan). Dari hasil uji T itulah menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kehalalan produk terhadap loyalitas pelanggan. Kesimpulannya ialah kehalalan merupakan variabel bebas kedua (X2) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

3. Pengaruh kualitas dan kehalalan produk terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji penelitian dari analisis regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi (R^2) pada sub bab bahasan sebelumnya, maka ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan sebesar 41,7%.
4. Pengaruh kualitas dan kehalalan produk terhadap loyalitas pelanggan Berdasarkan hasil uji penelitian dari analisis regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi (R^2) pada sub bab pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa koefisiensi regresi variabel X1(kualitas produk) ialah sebesar 0,251 ($b_1=0,251$), dan koefisien regresi variabel X2 (kehalalan produk) ialah sebesar 0,431 ($b_2; 0,431$), yang artinya, jika kualitas produk (X1) dan kehalalan produk (X2) meningkat sebesar 1 satuan, maka loyalitas pelanggan (Y) juga akan meningkat sebesar 0,251 dan 0,431. Kesimpulannya jika kualitas dan kehalalan produk ini meningkat, maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat.

Sementara berdasarkan uji F pada sub bab pembahasan sebelumnya menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 13,218 Dan nilai Ftabel sebesar 3,25 Maka Ho ditolak dan Ha diterima (signifikan). Dari hasil uji F ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kualitas dan kehalalan produk secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas pelanggan.

Kesimpulannya ialah kualitas dan kehalalan produk merupakan variabel-variabel bebas (X1 dan X2) yang masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Dari penelitian yang sudah dilakukan di Deidara Cake Bangkalan dengan judul “pengaruh kualitas dan kehalalan produk terhadap loyalitas pelanggan deidara cake bangkalan” dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1.Bahwa ada pengaruh positif antara kualitas produk (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Deidara Cake Bangkalan yang dibuktikan dengan $T(\text{hitung}) = 1,090$ $T(\text{tabel}) = 0,68137$ Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, diterima.
- 2.Bahwa terdapat pengaruh positif kehalalan produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Deidara Cake Bangkalan. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan kehalalan berpengaruh,diterima.
- 3.Bahwa ada pengaruh positif kualitas produk(X1) kehalalan produk (X2) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y). $F(\text{hitung})= 13,218$ Dengan signifikansi sebesar dengan batas signifikansi 0,002 nilai sigifikan tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel kualitas dan kehalalan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrin, Abdullah. 2007. Strategi Pemasaran Asuransi Syariah. Jakarta: Grasindo
- Arikunto, Suharsimi. metode penelitian suatu pengekatan praktik cet 13, Jakarta: rineka cipta
- Burhani MS&hasbi lawrens. t.t. kamus ilmiah popular. jombang:lintas media
- Christoper H.Lovelock Dan Lauren K.Wringht.Op.Cit.Pp.133
- Ely Arinawati Dan Badrus Suryadi. 2021. Penataan Produk. Bandung:Gramedia Widiasarana Indonesia
- Etta, Sangadji 2014..Perilaku Konsumen. Yogyakarta :Cv. Andi Offset
- Firmansyah, Aang. 2019. Pemasaran Produk Dan Merek:Planning Dan Strategy. Surabaya:Qiaramedia
- Griffin,Jill.2005. Custumer Loyality . Ahli Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta:Erlangga t.p.
- Hasan,Ali, 2009. Manajemen Bisnis Syariah, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Mujahidin, Firdaos.2006. Al-Quran Dan Hadist Madrasah Aliyah Jilid 4. Bandung:Titian Ilmu.
- Nanasudjan. 2005. tuntunan penyusunan karya ilmiah makalah-skripsi-tesis-disertasi. Bandung: Sinar baru argasindo
- Rahmi,Siti Suriati. 2018. Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. Studi Pada Kosumen Di Padus Medan.
- Riduwan. 2006. metode dan teknis menyusun tesis, Bandung: Alfabeta
- Suherman, Rosyid, Suherman. 2017. Pengantar Teori Ekonomi ,Edisi ,Revisi, Cetakan 12. t.p:PT Raja Granfindo Maret 2017
- Sumarwa,Ujag. 2005. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Jakarta:Ghalia Indonesi. 311-313.
- Syekh Izzuddin Ibnu Abdis Salam. 2011. Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Kemaslahatan Manusia, Bandung Nusa Media.
- Setiawan,Supriadi.2011. Loyalitas Pelanggan Jasa, PT Penerbit IPB Press
- Sugiono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta
- Wahid murni. 2008. cara mudah menulis proposal dan laporan penelitian lapangan, Malang :UM
- Warnadi & aris triyoo. 2019. Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: deepublish
- Wicaksono,Yudi aplikasi excel dalam menganalisis data. Jakarta: PT.Eleks Media komputindo.