



**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Bodylotion
Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Aprin Palembang)**

Hosidin¹
Hendra Musa²

hendra.musaamh@gmail.com
stieaprin.hosidin2020@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin

Article Info

Keywords :
Product Quality,
Consumer Loyalty.

Abstract

This research aims to determine the influence of quality Scarlett Whitening bodylotion product on consumer loyalty to STIE Aprin student in Palembang. This research is a quantitative research aimed at the relationship product quality to consumer loyalty. The sampling technique used slovin, was carried out on 100 subjects, measuring tools that used in the form of a Likert scale. The data obtained processed by simple linear regression analysis. The data was processed using SPSS 28 For Windows. The result, it was obtained that there was a positive influence significant product quality on consumer loyalty. This research is expected become input for Scarlett Whitening, the company needs to maintain quality product reliability and performance product. That consumers always have a positive attitude and commitment to continue use the product (Scarlett Whitening).

Hendra Musa¹
Hosidin²

hendra.musaamh@gmail.com
stieaprin.hosidin2020@gmail.com

Jurnal Ilmiah Manajemen – Vol : 11.02.2022

PENDAHULUAN

Persaingan produk kecantikan terlebih lagi produk perawatan tubuh atau lebih di kenal dengan produk *Bodycare* pemutih badan yang sangat populer di kalangan wanita di Indonesia saat ini, banyak sekali produk *Bodycare* seperti produk *Bodylotion* yang banyak di cari konsumen saat ini terutama wanita.

Saat ini banyak sekali bermunculan produk *Bodylotion* yang beredar di pasaran mulai dari produk lokal hingga internasional yang bersaing dalam memasarkan produk mereka. Salah Satu Produk *Bodylotion* yang banyak diminati konsumen saat ini adalah produk *Bodylotion* dari Scarllet Whitening produk lokal yang bertaraf internasional tidak kalah bagus dari produk Korea Selatan.

Kota Palembang merupakan salah satu kota terpanas di Indonesia dilansir dari, (Sonora.id, minggu 22/8/2021). Konsumen peminat produk *Bodylotion* Scarlett Whitening di kalangan remaja sangat populer dibandingkan peminat produk *Bodylotion* lainnya. Konsumen lebih percaya dengan kualitas produk *Body lotion* Scarlett Whitening karena diyakini dapat membantu mencerahkan dan memutihkan kulit tubuh.

Salah satu yang menjadi keberhasilan perusahaan mempengaruhi konsumen agar loyal terhadap produk suatu produk sangat didukung melalui upaya meningkatkan kualitas produk (Kotler & Amstrong, 2008).

Konsumen yang loyal merupakan aset bagi perusahaan, menurut Tjiptono (2014) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk, menurut Kotler & Amstrong (2008) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Berdasarkan hasil observasi penulis pada mahasiswa produk *Bodylotion* Scarlett Whitening sangat populer, terdapat banyak permintaan dan pembelian konsumen terhadap produk *Bodylotion* Scarlett Whitening sebagai perawatan memutihkan kulit tubuh saat ini, tetapi peneliti melihat tidak adanya konsumen yang loyal dalam menggunakan produk *Bodylotion* Scarlett Whitening.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mencoba untuk merumuskan masalah pokok dalam penelitian ini: Apakah kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap loyalitas Mahasiswi STIE Aprin Palembang Membeli Produk *Bodylotion* Scarlett Whitening ?

TINJAUAN PUSTAKA

Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang, menurut Tjiptono (2014).

Menurut Kotler dan Keller (2016) loyalitas konsumen adalah komitmen mendalam seseorang konsumen yang digunakan untuk membeli kembali produk atau jasa dimasa depan meski dipengaruhi situasi yang menyebabkan pelanggan dapat beralih.

Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas produk merupakan seberapa mampu suatu produk untuk melaksanakan fungsinya dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. konsumen yang dikatakan loyal terhadap suatu produk apabila konsumen tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.

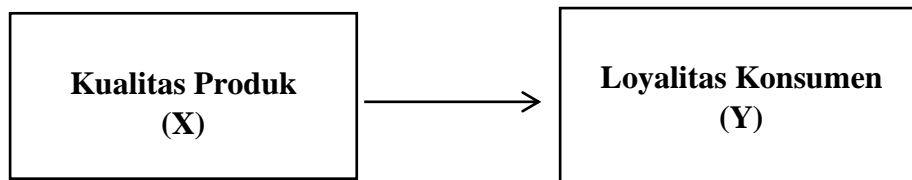
Alur Pikir

Alur pikir dalam penelitian ini adalah metode logika berpikir peneliti dalam memecahkan masalah. Suatu kerangka pemikiran harus dibuat berdasarkan permasalahan

apa yang akan dipecahkan karena konsepnya hampir sama dengan menyusun latar belakang.

Kerangka Alur Pikir

Berdasarkan landasan teori dan penelitian sebelumnya maka alur pikir sebagai berikut :



Definisi Operasional

Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2013) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X) sebagai variabel independen dan satu variabel dependen yaitu Loyalitas Konsumen (Y) di STIE Aprin Palembang. Indikator dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal yang diukur berdasarkan skala Likert.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa definisi variabel antara lain:

1. Kualitas Produk (X)

Kualitas produk memiliki indikator yang digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Fandy Tjiptono (2014). Delapan indikator kualitas produk sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*), merujuk pada karakteristik utama produk
2. Keragaman Produk (*Features*), berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti
3. Keandalan (*Reliability*), kemungkinan kecil suatu produk mengalami kegagalan atau kerusakan.
4. Kesesuaian (*Conformance*), kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya.
5. Daya tahan/ketahanan (*Durability*), ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis.
6. Kemampuan pelayanan (*Serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki.
7. Estetika, estetika suatu produk dilihat melalui bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana tampak luar suatu produk, rasa, maupun bau.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*), persepsi konsumen tentang produk, misalnya melalui merek, nama, dan Negara produsen.

2. Loyalitas konsumen (Y)

Menurut Tjiptono (2014) mengemukakan ada enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan. Adapun indikator tersebut adalah:

1. Pembelian ulang, pembelian lebih dari 2 kali.
2. Kebiasaan mengkonsumsi pada merek, rutin melakukan pembelian *Body Lotion Scarlett Whitening*.

3. Rasa suka yang besar pada merek, tidak mudah terpengaruh dengan produk yang sama dari perusahaan, keyakinan pada keunggulan *Body Lotion Scarlett Whitening*, enggan untuk mencoba produk dari perusahaan lain.
4. Ketetapan pada merek, harga berubah.
5. Rekomendasi mereka pada orang lain, merekomendasikan *Body Lotion Scarlett Whitening* kepada pelanggan lain, membicarakan keunggulan *Body Lotion Scarlett Whitening*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memilih pendekatan kuantitatif dengan metode *survey*. Metode *survey* adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Penggalan data dapat dilakukan melalui kuesioner dan wawancara (Sujarweni, 2014).

Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program *SPSS For Windows*.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi Linear sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor penyebab (X) terhadap Variabel akibatnya. Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan Predictor sedangkan Variabel akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan *response*.

HASIL PENELITIAN

Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk *bodylotion Scarlett Whitening*, artinya ada dampak yang dapat diandalkan. Kualitas produk adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya (Tjiptono, 2014).

KESIMPULAN

1. Nilai rata-rata loyalitas konsumen yang berumur 17-20 tahun adalah yang paling banyak menggunakan *bodylotion Scarlett Whitening*. Sebagian besar loyalitas konsumen tergolong kedalam loyalitas yang kuat.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. Sebagian besar konsumen mempersepsikan kualitas *bodylotion Scarlett Whitening* pada kategori kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Kotter, JP dan J.L. Heskett, 2012, *Corporate Culture and Performance*, Jakarta : PT. Prenhal Lindo.

- Kotler, P. and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*: 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall Published.
- Kotler, P. and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*: 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall Published.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.