



PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

**Alfadilla Khunaini¹, Cahyo Adi Nugroho², Dhea Puspita Sari³,
Meifara Hanifa Azzahra⁴, Raffi Eka Nugraha⁵,
Raudhatul Hikmah⁶, Jumawan⁷, Hadita⁸**

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia:

Email: alfadillakhunaini06@gmail.com¹, cahyoadhi407@gmail.com²

dheapuspitasaki972@gmail.com³, meifaraazzahra@gmail.com⁴

raffieka152@gmail.com⁵, raudhatulhikmah29@gmail.com⁶

jumawan@dsn.uharajaya.ac.id⁷, hadita.universitas@gmail.com⁸

Abstract: *This scientific article aims to build a research hypothesis about the influence between variables that will be used in further research in the field of marketing management. The purpose of this article is to evaluate the literature on the effect of product quality, service quality, and brand image on customer satisfaction and customer loyalty. Library search methods, such as Google Scholar, Mendeley, and other academic online media, are used in the process of writing this Literature Review article. The results showed that customer satisfaction can be influenced by product quality, service and brand image. In addition, product quality, service, and brand image can also affect customer loyalty or loyalty to the product or service.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Product Quality, Service Quality, Brand Image*

Abstract: Artikel ilmiah ini bertujuan untuk membangun hipotesis penelitian tentang pengaruh antar variabel yang akan digunakan pada penelitian lebih lanjut dalam bidang ilmu manajemen pemasaran. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengevaluasi literatur tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Metode penelusuran lembaga pustaka, seperti Google Scholar, Mendeley, dan media online akademik lainnya, digunakan dalam proses penulisan artikel Literature Review ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan, dan citra merek. Selain itu, kualitas produk, pelayanan, dan citra merek juga dapat mempengaruhi kesetiaan atau loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa tersebut.

Keyword: Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Brand Image

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kotler menganggap produk sebagai semua yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kotler mengatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan sukacita atau frustrasi yang muncul setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang terjadi. Rasa puas atau kepuasan yang besar menghasilkan ikatan emosional dengan perusahaan dan merek yang relevan. Kotler menggambarkan loyalitas sebagai kewajiban yang kuat untuk memesan atau memberikan kembali produk atau layanan prioritas di masa depan, tidak peduli bagaimana keadaan pelanggan berubah atau bagaimana tindakan pemasaran berdampak. Menurut Sembiring (2014)

Saat ini sudah banyak perusahaan berdiri dan bergerak diberbagai sektok bidang. Mereka terus bersaing dalam memberikan pelayanan dan menciptakan barang juga jasa yang terbaik dalam tiap manfaatnya. Segala macam cara juga strategi mereka buat dalam mewujudkan tujuan yang ingin mereka capai. Dalam setiap cara dan strateginya terdapat banyak aspek yang dapat mempengaruhi terwujudnya tujuan dan target pasar tiap perusahaan. Dalam karya ilmiah ini kami mengambil aspek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Brand Image yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

Kualitas merupakan dasar dari kepuasan pelanggan serta kesuksesan dalam bersaing. Kualitas juga menjadi tolak ukur persepsi konsumen terhadap suatu barang/jasa maupun merek. Banyak hal dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan diantaranya kualitas produk dan pelayanan. Kualitas produk serta pelayanan yang produsen berikan dapat menimbulkan banyak persepsi baik maupun buruk. Dari persepsi itulah nantinya menimbulkan kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap suatu merek. Selain itu, citra merek juga menjadi faktor yang membuat pelanggan berdatangan, semakin baik citra dari suatu merek semakin terpecaya kualitasnya.

Dari penjelasan uraian diatas, artikel ini menganalisis bagaimana Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Brand Image (X_3), mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y_1), serta Loyalitas Pelanggan (Y_2), suatu studi Literatyre Review Manajemen Pemasaran.

Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan?
5. Apakah Brand Image berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
6. Apakah Brand Image berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan?

KAJIAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Fandy Tjiptono (2014: p. 353) mengatakan bahwa istilah "kepuasan atau kepuasan" berasal dari kata Latin "satis", yang berarti "cukup banyak, memadai," dan "facio", yang berarti "melakukan atau membuat." Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya untuk mencapai sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Namun, menurut Fecikova (2010) dan Sahabuddin (2019), kepuasan adalah perasaan yang dihasilkan dari menilai apa yang dirasakan pelanggan dibandingkan dengan harapan mereka, yang berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan pada sebuah produk atau layanan.

Loyalitas Pelanggan

Seperti yang dinyatakan Giffin, yang dikutip oleh Sangadji dan Shopiah (2013:104), "Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih." Dengan demikian, pembelian terus-menerus pelanggan dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Loyalitas konsumen adalah: "A deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior," menurut Keller dan Keller (2016:153). Namun, menurut Tjiptono (2014:393), "Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten."

Kualitas Produk

Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai keseluruhan suatu produk yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen pada produk berkualitas, menurut Philip Kotler dalam jurnal penelitian (Agussalim & Ali, 2017). Sementara itu, menurut Habibah (2016), kualitas produk adalah keahlian sesuatu produk untuk melakukan peranannya, seperti daya ketahanan, keandalan, ketepatan, kemudahan proses serta revisi, dan atribut bernilai.

Menurut tjiptono (Tjiptono, 2008) Kualitas produk dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor. Pada dasarnya dalam usaha untuk memperkuat penjualan perusahaan berlomba untuk dapat mempertahankan kualitas produk serta meningkatkannya. Tak jarang perusahaan melakukan inovasi pada produknya sebab konsumen cenderung selektif dalam mempertimbangkan kualitas produk yang akan dibeli.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan, menurut Fandy Tjiptono (2008), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dan memastikan bahwa layanan yang diterima atau dialami sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga kualitas dipersepsikan baik dan dapat memuaskan pelanggan (Krisnawati, 2016). Namun, menurut Usmara dalam penelitian (Gofur, 2019), kualitas pelayanan adalah pernyataan tentang perilaku. Ini berasal dari pertimbangan antara keinginan (harapan) dan kinerja (hasil).

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan Menurut (Lupiyoandi, Rambat & Hamdani, 2006) mengatakan bahwa faktor dari kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen atas pelayanan yang langsung mereka terima (perceived service).
2. Dengan layanan yang sebenarnya diharapkan oleh konsumen (expected service).

Brand Image

Pastinya deskripsi produk dan kepercayaan pelanggan pada merek membentuk gambar merek. Gambaran yang dimiliki pelanggan tentang suatu merek sangat penting dalam menentukan persepsi mereka tentang produk tersebut; namun, pandangan yang dimiliki setiap konsumen berbeda-beda. Perusahaan harus lebih kreatif dan membangun keunggulan kompetitif dalam kemasan, distribusi, dan citra produk agar berhasil dalam industri yang semakin kompetitif. Merek produk pasti akan dikaitkan dengan tanggapan yang berbeda dari pembeli jika reaksi mereka terhadap hal-hal saat ini sangat kompetitif (Tjiptono, 2005).

Table 1: Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan dengan artikel in	Perbedaan dengan artikel ini
1	Dias Nurmalasari, Budi Istiyanto (2021)	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian lipstik Wardah mendapat pengaruh oleh kualitas produk, harga, promosi, dan citra merek	Terdapat pengaruh dari kualitas produk	Pengaruh kualitas produk yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian

2	Annisa Ristanti (2020)	Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan citra merek agar meningkat permintaan konsumen, memiliki keunggulan kompetitif, dan menguntungkan perusahaan dalam hal perluasan pasar	Terdapat pengaruh kualitas produk dan brand image atau citra merek	Yang dipengaruhi adalah keputusan pembelian
3	Rio Putra (2021)	Hasil penelitian ini menyatakan kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan	Kualitas produk dan citra merek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan	Persepsi harga yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan
4	Caesar Andreas (2016)	Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan karena total effect > direct effect. Besaran pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan lebih besar dibandingkan besaran pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan	Kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan	Menggunakan kepuasan sebagai variabel intervening
5	Ridho Rafqi Ilhamalimy, M. Rizky Mahaputra (2020)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian	Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian
6	Dandy Hafidh Fauzi (2021)	Hasil riset menunjukkan diduga kualitas produk dan harga memiliki pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap	Pengaruh dari kualitas produk	Kualitas produk yang mempengaruhi keputusan

		keputusan pembelian dan pembelian ulang pada smartphone Samsung		pembelian dan pembelian ulang
7	Mohamad Dimiyati Hadi Saputra, Ivan Ardiansyah, Rizky Maulana, Muhamad Ramdan, Franco Nero Rupelu5 (2022)	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa harga, kualitas dan brand image berpengaruh pada keputusan pembelian	Pengaruh brand image dan penjelasan kualitas	Brand image juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian
8	Yoki Devianti (2018)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh pada kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, serta kepuasan konsumen memiliki hubungan yang signifikan antara brand image dan loyalitas konsumen	Brand image berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen	Berpengaruhnya brand image terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen
9	I Gede Benny Subawa, Eka Sulistyawati (2020)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan	Kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan

METODE PENULISAN

Artikel literature review ini ditulis dengan menggunakan metode deskripsi kualitatif dan pencarian pustaka dari website Google Scholar, Mendeley dan website akademik lainnya.

Dalam penelitian kualitatif, penelitian literatur harus dilakukan sesuai dengan asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali & Limakrisna, 2013).

HASIL PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Karena kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat terbangun dari kualitas produk. Kualitas produk terdiri dari kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian, daya tahan kemampuan pelayanan, estetika, dan persepsi kualitas, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan memengaruhi variabel kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervereningnya. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin berkualitas produk yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik mencerminkan semua dimensi penawaran yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Semakin baik kualitasnya layanan yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan bagi pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan yang akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.

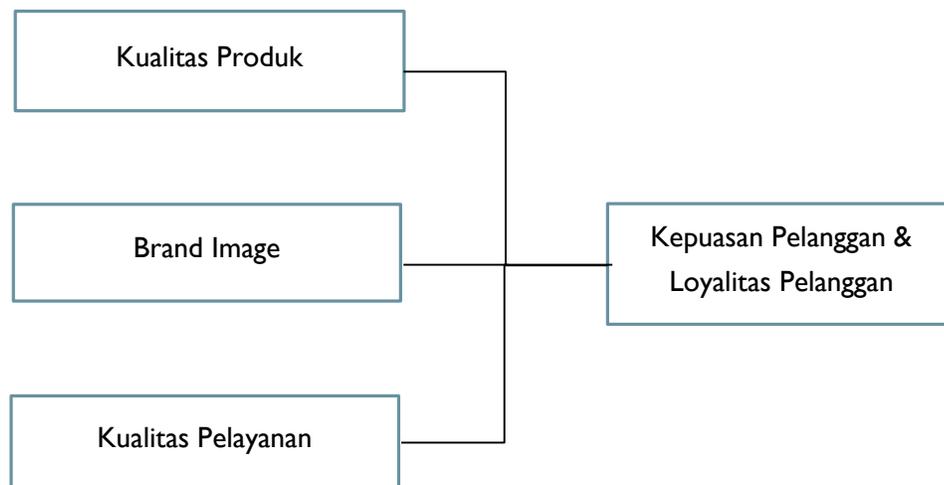
Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan

Brand image mempunyai pengaruh untuk kepuasan pelanggan karena membuat konsumen dapat mengenal, mengevaluasi kualitas dari produk, serta dapat menyebabkan risiko pembelian yang rendah. Konsumen umumnya lebih menyukai merek terkenal meskipun harga yang ditawarkan lebih mahal.

Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan memengaruhi brand image berdasarkan pada keinginan konsumen atas suatu brand. Loyalitas konsumen didapat dari persepsi baik serta kepercayaan pelanggan terhadap brand tertentu dan menimbulkan minat beli pelanggan. Konsumen biasanya akan beranggapan terhadap brand tertentu dan menganggap brand tersebut berbeda dengan brand pesaing. Citra brand akan melekat secara terus menerus dan terbentuk kesetiaan terhadap brand tersebut.

KERANGKA BERPIKIR/ *CONCEPED FRAMEWORK*



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat di rumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya :

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
2. Brand Image berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka sebenarnya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, oleh karena itu masih diperlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain tersebut. Faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan selain dari tiga variabel diatas seperti Persepsi Harga, Promosi, dan Brand Ambassador. Jadi saran untuk author lainnya, masih dapat berbagai variabel yang dapat diteliti dan dikembangkan lagi untuk selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Caesar, and Tri Yunita. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 53, no. 9 (2016): 1689–1699.
- Dimiyati, Mohamad, Hadi Saputra, Ivan Ardiansyah, and Rizky Maulana. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian : Harga , Kualitas Dan Brand Image (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran)" 1, no. 1 (2022): 155–162.
- Hafidh Fauzi, Dandy. "Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 6 (2021): 790–800.
- Ihamalimy, Ridho Rafqi, and M Rizky Mahaputra. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan." *Ilmu Hukum Humaniora Dan Politik* 1, no. 1 (2020): 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1>.
- Indrawan, Dody, Gita Rahmawati, Indah Oktaviana, and Sari Ismiati. "Model Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek (Literatur Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>.
- Nurmalasari, Dias, and Budi Istiyanto. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah Di Kota Surakarta." *Jurnal Sinar Manajemen* 8, no. 1 (2021): 42–49.
- Pramudita, Dewa Tegar, Nico Felix Gunawan, Martanti Cahya Ningsih, and Rana Adilah. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk." *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 424–436.
- Putra, Rio. "Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 4 (2021): 516–524.
- Ristanti, Annisa, and Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 3 (2020): 1026.
- Subawa, I Gede Benny, and Eka Sulistyawati. "Populasi Dalam Penelitian Ini Adalah Pelanggan Yang Loyal Menggunakan Jasa Lila" 9, no. 2 (2020): 718–736.