

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Bakso Timbul di Hulu Sungai Selatan

Asep Nopriadi^{1*}

¹STEBI Kyai Haji Ahmad Syairazi, Hulu Sungai Selatan, Indonesia

Email: asepnopriadi@gmail.com¹

*Corresponding Author

Received: 01, 2024. **Revised:** 03, 2024. **Accepted:** 04, 2024. **Published:** 04, 2024

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of product quality, price, and promotion on customer loyalty at Bakso Timbul in Hulu Sungai Selatan. The research method used is quantitative with a descriptive approach. Data were collected through a questionnaire distributed to 150 Bakso Timbul customers. The results indicate that product quality, price, and promotion collectively have a significant effect on customer loyalty. Specifically, product quality and promotion have a positive and significant impact, while price has a negative and significant impact on customer loyalty. The managerial implication of this research is the need for improvements in product quality, competitive pricing strategies, and effective promotional intensity to enhance customer loyalty at Bakso Timbul.

Keywords: Product quality, price, promotion, customer loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Bakso Timbul di Hulu Sungai Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 150 pelanggan Bakso Timbul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan kualitas produk, strategi penetapan harga yang kompetitif, dan intensitas promosi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Bakso Timbul.

Kata kunci: kualitas produk, harga, promosi, loyalitas pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat yang mencerminkan peningkatan permintaan dan diversifikasi produk. Dalam konteks ini, bakso sebagai salah satu jenis makanan yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, memegang peranan penting dalam pasar kuliner nasional. Bakso Timbul adalah salah satu usaha yang berhasil menarik perhatian konsumen di Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan, dengan menawarkan bakso yang dikenal karena cita rasanya yang khas dan kualitas yang terjaga. Namun, dalam industri yang kompetitif seperti ini, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan menjadi tantangan yang

signifikan. Loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh harga yang ditawarkan serta strategi promosi yang diterapkan oleh usaha tersebut.

Dalam upaya untuk terus berkembang dan bersaing, Bakso Timbul perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas produk adalah elemen krusial yang mencakup rasa, tekstur, dan konsistensi bakso yang ditawarkan. Harga juga memegang peranan penting karena harus kompetitif namun tetap memberikan nilai yang sesuai dengan kualitas produk. Selain itu, strategi promosi yang efektif diperlukan untuk menarik perhatian pelanggan baru dan menjaga hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Menurut Kotler dan Keller (2016), ketiga faktor ini merupakan bagian dari bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Seiring dengan meningkatnya persaingan di industri makanan dan minuman, penting bagi Bakso Timbul untuk tidak hanya berfokus pada aspek produk, tetapi juga mengoptimalkan strategi harga dan promosi yang diterapkan. Evaluasi terhadap ketiga aspek ini akan membantu Bakso Timbul dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Dengan memahami dan menyesuaikan faktor-faktor tersebut, Bakso Timbul dapat lebih baik dalam memenuhi ekspektasi pelanggan dan menghadapi tantangan yang ada di pasar.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana kualitas produk, harga, dan promosi dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di sektor makanan, khususnya pada usaha bakso di Hulu Sungai Selatan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi manajemen Bakso Timbul dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Bakso Timbul di Hulu Sungai Selatan. Dengan fokus pada ketiga faktor ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana masing-masing elemen mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap setia pada Bakso Timbul. Analisis ini akan mencakup evaluasi dari segi kualitas produk yang meliputi rasa, penyajian, dan konsistensi bakso yang ditawarkan, serta bagaimana harga yang diterapkan sebanding dengan nilai yang dirasakan oleh pelanggan.

Tujuan lainnya adalah untuk memahami seberapa besar dampak promosi, seperti diskon, penawaran khusus, dan kampanye pemasaran, terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Dengan mengeksplorasi hubungan antara faktor-faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang spesifik dan berbasis data yang dapat digunakan oleh pihak manajemen Bakso Timbul untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu Bakso Timbul dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengembangkan loyalitas mereka, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pertumbuhan dan keberhasilan usaha.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi kekosongan dalam literatur yang ada mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi pada usaha bakso di wilayah pedesaan seperti Hulu Sungai Selatan. Dengan memberikan data dan analisis yang spesifik untuk konteks lokal ini, penelitian ini diharapkan dapat menawarkan wawasan yang berguna bagi pengusaha makanan dan minuman di daerah serupa yang menghadapi

tantangan yang sama dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan mereka.

Hasil dari penelitian ini akan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pihak manajemen Bakso Timbul dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Ini termasuk strategi untuk mempertahankan kualitas produk yang konsisten, menetapkan harga yang kompetitif, dan menerapkan strategi promosi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan di Hulu Sungai Selatan.

Gap Masalah

Penelitian terdahulu telah banyak mengkaji pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan dalam berbagai konteks industri dan jenis usaha. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada sektor yang berbeda atau pada usaha yang beroperasi di daerah perkotaan dengan karakteristik pasar yang lebih besar dan lebih heterogen. Penelitian mengenai usaha bakso, khususnya di daerah pedesaan seperti Hulu Sungai Selatan, masih sangat terbatas. Hal ini menciptakan celah yang perlu diisi untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks yang lebih lokal dan spesifik.

Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mengisi gap tersebut dengan fokus pada Bakso Timbul di Hulu Sungai Selatan, sebuah daerah yang memiliki karakteristik pasar yang unik dan berbeda dari wilayah perkotaan. Dengan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi dalam konteks lokal ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru yang relevan dan aplikatif bagi usaha-usaha serupa di daerah pedesaan. Penelitian ini juga berpotensi untuk memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang dinamika pasar lokal dan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di lingkungan tersebut.

Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam bagaimana kualitas produk yang konsisten, penetapan harga yang tepat, dan strategi promosi yang efektif dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan pada usaha bakso di Hulu Sungai Selatan. Dengan fokus yang spesifik pada konteks lokal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih relevan dan berguna bagi manajer dan pengusaha di sektor makanan dan minuman di daerah pedesaan.

Mengisi gap ini akan membantu dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan konsumen di wilayah pedesaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat membuka peluang untuk studi lebih lanjut tentang pengaruh faktor-faktor ini di konteks lain yang mungkin memiliki karakteristik serupa atau berbeda, sehingga memperluas pemahaman tentang loyalitas pelanggan dalam berbagai konteks pasar.

Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Sulistyawati dan Seminari (2015) mengungkapkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan restoran cepat saji di Bali. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang kompetitif, dan strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada sektor restoran.

Penelitian Wijaya dan Paramita (2014) fokus pada usaha bakso di Yogyakarta, menemukan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan bukti bahwa kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan dalam konteks usaha bakso.

Sementara itu, penelitian Haryanto (2013) meneliti tentang pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan pada industri ritel di Surabaya. Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menarik perhatian dan memberikan insentif tambahan kepada konsumen. Hasil penelitian ini relevan dalam konteks usaha es kelapa muda, mengingat pentingnya promosi dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Penelitian-penelitian terdahulu ini memberikan dasar yang kuat untuk menganalisis bagaimana kualitas produk, harga, dan promosi mempengaruhi loyalitas pelanggan di sektor makanan dan minuman. Namun, fokus pada konteks lokal seperti Hulu Sungai Selatan dan usaha bakso yang spesifik memberikan kontribusi yang lebih terperinci dan relevan untuk memahami dinamika pasar di daerah pedesaan. Penelitian ini berusaha untuk mengintegrasikan temuan dari penelitian sebelumnya dengan konteks yang lebih lokal dan spesifik.

Novelty/Kebaruan

Penelitian ini memiliki kebaruan yang signifikan dalam hal objek penelitian, yaitu Bakso Timbul di Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan. Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan berfokus pada usaha yang berada di daerah perkotaan atau pada industri yang berbeda. Penelitian ini menawarkan pendekatan baru dengan menganalisis faktor-faktor tersebut dalam konteks usaha bakso di daerah pedesaan, yang memiliki karakteristik pasar dan tantangan yang berbeda.

Selain itu, penelitian ini juga menguji secara komprehensif pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada usaha bakso, yang belum banyak dilakukan dalam penelitian sebelumnya. Dengan fokus pada usaha bakso, penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana ketiga faktor tersebut berinteraksi dan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks spesifik ini.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi analisis dari ketiga faktor utama—kualitas produk, harga, dan promosi—dalam satu studi kasus yang spesifik. Penelitian ini juga berpotensi untuk memberikan rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh pengusaha bakso di daerah pedesaan, membantu mereka dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan lokal.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kekosongan dalam literatur yang ada tetapi juga memberikan kontribusi baru dalam memahami dinamika pasar di daerah pedesaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang mengkaji loyalitas pelanggan dalam konteks yang serupa atau berbeda, memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas di berbagai lingkungan pasar.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Bakso Timbul di Hulu Sungai Selatan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik

untuk mendapatkan hasil yang lebih objektif dan generalizable. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendetail mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan bagaimana masing-masing faktor mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan deskriptif juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola dan tren dalam data yang berkaitan dengan variabel kualitas produk, harga, dan promosi, serta bagaimana variabel-variabel tersebut berdampak pada loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan data kuantitatif yang dikumpulkan dari kuesioner, penelitian ini dapat memberikan informasi yang akurat dan terukur mengenai pengaruh dari faktor-faktor tersebut, serta memberikan wawasan yang lebih mendalam untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk Bakso Timbul.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan Bakso Timbul yang ada di Hulu Sungai Selatan. Dengan cakupan populasi yang luas, penelitian ini berfokus pada pelanggan yang telah melakukan pembelian di Bakso Timbul untuk mendapatkan gambaran yang representatif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Untuk memperoleh data yang lebih spesifik dan relevan, sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal tiga kali.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden, yang dipilih untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan cukup untuk menghasilkan hasil yang signifikan dan dapat diandalkan. Dengan jumlah sampel yang memadai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan memberikan dasar yang solid untuk analisis lebih lanjut. Teknik purposive sampling memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar mewakili karakteristik pelanggan yang relevan untuk penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang telah ditentukan. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan variabel-variabel utama dalam penelitian, yaitu kualitas produk, harga, promosi, dan loyalitas pelanggan. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disusun dengan cermat untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan mencakup semua aspek yang relevan dari setiap variabel yang diteliti. Kuesioner ini menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi dan penilaian responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Sebagai bagian dari proses pengumpulan data, kuesioner akan disebarakan baik secara langsung maupun melalui platform online untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Dengan cara ini, diharapkan jumlah responden yang diambil sesuai dengan target yang telah ditentukan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner memungkinkan peneliti untuk memperoleh data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik, memberikan dasar yang kuat untuk mengevaluasi pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yang dilakukan dengan bantuan software SPSS. Teknik regresi linear berganda dipilih karena kemampuannya untuk mengidentifikasi dan mengukur hubungan antara beberapa

variabel independen (kualitas produk, harga, promosi) dengan variabel dependen (loyalitas pelanggan). Melalui analisis ini, peneliti dapat menentukan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap loyalitas pelanggan dan apakah ada hubungan signifikan antara variabel-variabel tersebut.

Sebelum melakukan analisis regresi, penelitian ini akan melalui beberapa tahap awal, termasuk uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen pengumpulan data (kuesioner) akurat dan konsisten dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Selain itu, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas akan dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat untuk analisis yang valid. Dengan langkah-langkah ini, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan temuan yang dapat diandalkan dan memberikan wawasan yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Paparan Data

Hasil pengumpulan data dari kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan Bakso Timbul memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai profil pelanggan dan kebiasaan pembelian mereka. Sebagian besar responden adalah laki-laki, dengan proporsi mencapai 60%. Ini menunjukkan bahwa Bakso Timbul memiliki daya tarik yang lebih besar di kalangan pria, yang mungkin berhubungan dengan preferensi rasa atau jenis makanan yang ditawarkan. Rentang usia yang paling dominan di antara responden adalah 25 hingga 35 tahun, yang mencakup 45% dari total responden. Kelompok usia ini umumnya merupakan individu yang aktif secara ekonomi dan sosial, yang sering mencari tempat makan cepat saji atau makanan di luar rumah untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta, dengan proporsi sebesar 50%. Ini mengindikasikan bahwa Bakso Timbul berhasil menarik perhatian kalangan profesional yang memiliki rutinitas harian yang padat dan mencari kemudahan dalam memilih tempat makan. Data menunjukkan bahwa 60% responden telah melakukan pembelian di Bakso Timbul lebih dari 5 kali. Ini adalah indikator kuat bahwa banyak pelanggan yang sudah menjadi pelanggan setia dan sering kembali, yang mencerminkan tingkat loyalitas yang tinggi terhadap usaha ini. Pola pembelian yang berulang ini menunjukkan kepuasan pelanggan dan kemungkinan bahwa Bakso Timbul telah memenuhi ekspektasi mereka dalam hal kualitas produk dan layanan.

Informasi ini memberikan wawasan penting bagi pihak manajemen dalam merancang strategi pemasaran dan promosi yang lebih efektif, sesuai dengan profil demografis pelanggan mereka. Dengan mengetahui bahwa sebagian besar pelanggan adalah pria dalam rentang usia produktif, manajemen dapat menyesuaikan promosi untuk lebih menarik kelompok tersebut. Juga, mengingat bahwa pelanggan utama adalah pegawai swasta, promosi yang berfokus pada kemudahan dan kecepatan layanan mungkin lebih efektif. Data ini dapat digunakan untuk memahami pola pembelian dan preferensi pelanggan, serta untuk merencanakan strategi yang dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan lebih lanjut.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bakso Timbul. Ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap Bakso Timbul. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wijaya dan Paramita

(2014), yang juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan pada usaha bakso. Kualitas produk merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kesetiaan mereka terhadap suatu merek.

Kualitas produk Bakso Timbul yang baik tercermin dari berbagai aspek, seperti rasa yang lezat, tekstur bakso yang kenyal, serta kebersihan produk yang selalu terjaga. Selain itu, konsistensi rasa dan kualitas produk juga berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pengalaman makan mereka lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Penelitian oleh Sulistyawati & Seminari (2015) menekankan bahwa menjaga kualitas produk secara konsisten adalah kunci utama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pihak manajemen Bakso Timbul perlu terus berupaya mempertahankan standar kualitas produk yang tinggi. Ini dapat dilakukan dengan cara menjaga kebersihan tempat produksi, menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas, serta melatih staf untuk memastikan proses pembuatan bakso dilakukan dengan benar. Mengadopsi sistem pengendalian kualitas yang ketat juga akan membantu dalam memastikan bahwa setiap produk yang disajikan memenuhi standar yang ditetapkan.

Inovasi dalam produk juga dapat menjadi bagian dari strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Meskipun kualitas dasar produk harus dijaga, penambahan variasi menu atau pengembangan resep baru yang sesuai dengan selera pelanggan dapat memberikan pengalaman baru yang menyegarkan bagi pelanggan setia. Dengan demikian, pelanggan akan merasa lebih dihargai dan terlibat, yang dapat memperkuat hubungan mereka dengan Bakso Timbul.

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bakso Timbul. Artinya, semakin tinggi harga bakso yang ditetapkan, semakin rendah tingkat loyalitas pelanggan. Temuan ini berbeda dari hasil penelitian Wijaya dan Paramita (2014), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada usaha bakso. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh konteks pasar yang berbeda atau perbedaan dalam persepsi pelanggan terhadap nilai produk.

Harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing di sekitarnya dapat menyebabkan pelanggan merasa bahwa mereka tidak mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang dibayarkan. Hal ini dapat mendorong pelanggan untuk mencari alternatif yang lebih terjangkau, terutama jika produk tersebut tidak menawarkan fitur atau kualitas tambahan yang membenarkan harga yang lebih tinggi. Pihak manajemen Bakso Timbul perlu mempertimbangkan penetapan harga yang lebih kompetitif agar dapat menjaga loyalitas pelanggan.

Strategi harga yang lebih fleksibel, seperti menawarkan diskon, promosi musiman, atau program loyalitas, dapat membantu menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Penetapan harga yang disesuaikan dengan daya beli pelanggan dan mengacu pada harga pasar dapat membantu dalam mengatasi masalah ini. Selain itu, penting bagi manajemen untuk melakukan survei pasar secara berkala untuk memahami ekspektasi pelanggan dan menyesuaikan strategi harga sesuai dengan perubahan tersebut.

Menilai kembali struktur harga dan mempertimbangkan biaya operasional yang efisien juga akan penting untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan tetap kompetitif tanpa mengorbankan margin keuntungan. Dengan mengadopsi pendekatan yang lebih terencana dan berbasis data, Bakso Timbul dapat mengoptimalkan strategi

harga mereka untuk mencapai keseimbangan antara menarik pelanggan dan mempertahankan profitabilitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bakso Timbul. Artinya, semakin baik kualitas produk yang disajikan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan yang dapat dicapai. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih cenderung untuk tetap setia dan melakukan pembelian ulang jika mereka merasa puas dengan kualitas bakso yang ditawarkan. Sebaliknya, harga menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yang berarti bahwa harga yang tinggi dapat mengurangi tingkat loyalitas. Pelanggan mungkin mencari alternatif yang lebih terjangkau jika mereka merasa bahwa harga yang dibayar tidak sesuai dengan nilai yang diterima. Namun, promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, menunjukkan bahwa promosi yang efektif dapat meningkatkan minat dan kepuasan pelanggan, sehingga mereka lebih cenderung untuk tetap loyal.

Implikasi manajerial dari temuan ini adalah pentingnya bagi Bakso Timbul untuk meningkatkan kualitas produk secara konsisten guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, strategi penetapan harga yang kompetitif harus dipertimbangkan untuk menghindari dampak negatif terhadap loyalitas pelanggan. Pihak manajemen perlu melakukan evaluasi terhadap struktur harga mereka dan mengadopsi pendekatan yang dapat memberikan nilai yang lebih baik kepada pelanggan. Di sisi lain, intensitas promosi yang efektif juga harus diperhatikan, dengan merancang kampanye promosi yang menarik dan relevan untuk menarik perhatian pelanggan dan mendorong pembelian. Dengan mengintegrasikan ketiga aspek ini—kualitas produk, harga, dan promosi—Bakso Timbul dapat mengoptimalkan strategi mereka untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryanto, J. O. (2013). Kualitas layanan, fasilitas, dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 750-760.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Sulistyawati, N. P. E., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan McDonald's Mal Bali Galeria. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(6), 1694-1709.
- Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2014). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 5(1), 79-88.