

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Konsumen Indomie di Indonesia)

Fera Kusumawati¹, Ari Okta Viani²

INTISARI

Indonesia memproduksi mie instan sendiri yang dinamakan Indomie. Indomie ini mulai di produksi dan berkembang pada awal tahun 1972 Perusahaan awal yang memproduksi mie instan indomie ini adalah PT. Sanmaru Food Manufacturing Co. (Muhamad Fathun, 2023). Indomie berhasil menjadi pemimpin pasar selama empat tahun berturut-turut pastinya mempertimbangkan banyak hal sehingga indomie tetap menjadi pemimpin pasar, contohnya saja mengenai kualitas produk dari Indomie sendiri. Sehingga menghasilkan kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh loyalitas pelanggan, studi kasus pada konsumen indomie di Indonesia. Método penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan structural Equation Modeling (SEM), olah data menggunakan Partial Keast Squares (PLS) dan bantuan software PLS. Data dikumpulkan melalui kusioner yang disebar kepada konsumen Indomie di Indonesia berjumlah 249 responden. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: kualitas produk, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Konsumen Indomie di Indonesia)

Fera Kusumawati¹, Ari Okta Viani²

Abstrack

Indonesia produces its own instant noodles called Indomie. Indomie began production and development in early 1972. The original company that produced Indomie instant noodles was PT. Sanmaru Food Manufacturing Co. (Muhamad Fathun, 2023). Indomie has successfully become the market leader for four consecutive years, considering many factors that keep Indomie as the market leader, such as the quality of Indomie's products. This results in consumer satisfaction and customer loyalty. This research aims to analyze the effect of product quality on consumer loyalty mediated by customer loyalty, case study on Indomie consumers in Indonesia. The research method used is quantitative with a Structural Equation Modeling (SEM) approach, data processing using Partial Least Squares (PLS), and assistance from PLS software. Data was collected through questionnaires distributed to Indomie consumers in Indonesia, amounting to 249 respondents. The research results show that product quality has a positive but not significant effect on customer loyalty. Product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Consumer satisfaction can positively and significantly mediate the relationship between product quality and customer loyalty.

Keywords: product quality, consumer satisfaction, customer loyalty