

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Duta Grosir Kota Bima

Muhammad Djul Fathona¹, Irma Mardian², Muhajirin³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima ^{1,2,3}

*Email Korespondensi: muhammaddjulfathona1.stiebima21@gmail.com

Diterima: 28-08-2025 | Disetujui: 04-09-2025 | Diterbitkan: 06-09-2025

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality and price on consumer loyalty at the Duta Grosir store in Bima City. This research is an associative study. The population in this study is not fully known, including all consumers of the Duta Grosir store in Bima City. The sample size for this study was 50 people due to time and resource constraints. The results showed that: (a) Product quality significantly influences consumer loyalty at the Duta Grosir store in Bima City; (b) Price significantly influences consumer loyalty at the Duta Grosir store in Bima City; and (c) Product quality and price simultaneously significantly influence consumer loyalty at the Duta Grosir store in Bima City.

Keywords: Product Quality; Price; Consumer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini untuk melihat pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Duta Grosir Kota Bima. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Adapun populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen Toko Duta Grosir Kota Bima tidak di ketahui dengan pasti. Sampel penelitian ini sejumlah 50 orang mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya. Hasil penelitian didapatkan bahwa : (a) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Toko Duta Grosir Kota Bima; (b) Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Toko Duta Grosir Kota Bima; dan (c) Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Toko Duta Grosir Kota Bima.

Katakunci: Kualitas Produk; Harga; Loyalitas Konsumen

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Muhammad Djul Fathona, Irma Mardian, & Muhajirin. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Duta Grosir Kota Bima. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 1(3), 1041-1048. <https://doi.org/10.63822/7x7p2j66>

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang di tengah kompetisi yang semakin dinamis. Globalisasi, perkembangan teknologi, serta meningkatnya daya kritis konsumen menjadikan dunia bisnis, termasuk sektor perdagangan ritel dan grosir, berada pada posisi yang semakin menantang. Perubahan perilaku konsumen yang semakin selektif dalam memilih produk, memperhatikan harga, hingga mempertimbangkan kualitas pelayanan membuat perusahaan atau toko harus mampu memberikan nilai tambah yang lebih baik dibandingkan para pesaingnya. Untuk dapat tetap bersaing dalam dunia bisnis diperlukan ide yang kreatif dan inovatif, selain ide tersebut para pebisnis harus mampu melihat peluang yang dapat membuat perusahaan berkembang dikemudian hari. Toko grosir sebagai salah satu bentuk usaha ritel memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, baik konsumen akhir maupun pedagang kecil yang membeli untuk dijual kembali, Azhari et al (2015).

Toko grosir menjadi salah satu pilihan utama masyarakat, baik konsumen individu maupun pelaku usaha kecil yang membeli barang untuk dijual kembali. Kondisi ini mendorong setiap toko grosir untuk tidak hanya berfokus pada penjualan jangka pendek, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui peningkatan **Loyalitas konsumen**. Menurut Hasan (2008), Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang – ulang. Konsumen merupakan seseorang yang terus - menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya, dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayarnya, Haque (2020).

Salah satu faktor penting dalam membangun Loyalitas konsumen adalah **Kualitas Produk**. Kualitas Produk merupakan salah satu unsur yang dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Kualitas Produk yang baik tidak selalu dikaitkan dengan harga yang tinggi. Menurut Tjiptono (2017), Kualitas Produk yang tinggi akan memperkuat citra perusahaan dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen, sehingga mereka terdorong untuk kembali melakukan pembelian. Sebaliknya, jika produk yang ditawarkan tidak sesuai standar kualitas, konsumen berpotensi berpindah ke toko lain yang menawarkan produk lebih baik.

Selain Kualitas Produk, **Harga** juga memegang peranan penting dalam menentukan Loyalitas konsumen. Harga sering kali menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pembelian, terlebih pada toko grosir yang identik dengan penawaran harga lebih terjangkau. Menurut Kotler dan Armstrong (2013), Harga yaitu sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Penetapan harga dalam suatu produk dilihat dari standar kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan harus menentukan harga sesuai dengan daya beli konsumen dan kualitas makanan yang disajikan, Santoso (2019).

Kondisi persaingan grosir di **Kota Bima** semakin ketat dengan munculnya berbagai toko serupa yang menawarkan produk kebutuhan sehari-hari. Hal ini menuntut setiap pelaku usaha, termasuk **Toko Duta Grosir**, untuk terus menjaga keunggulannya agar tetap menjadi pilihan utama masyarakat. Toko Duta Grosir sebagai salah satu toko yang cukup dikenal di Kota Bima memiliki tantangan besar dalam mempertahankan konsumen, khususnya dengan mengandalkan Kualitas Produk yang konsisten dan strategi Harga yang tepat. Konsumen yang merasa puas dengan kedua faktor tersebut akan cenderung memiliki ikatan emosional dan kepercayaan terhadap toko, sehingga lebih sulit untuk berpindah ke pesaing.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada **Toko Duta Grosir Kota Bima**, diketahui bahwa masih terdapat beberapa konsumen yang membandingkan harga produk di Toko Duta Grosir dengan toko grosir lain sebelum memutuskan untuk membeli. Selain itu, ditemukan pula bahwa sebagian konsumen menilai **Kualitas Produk** yang ditawarkan belum sepenuhnya konsisten. Beberapa produk dianggap sudah memenuhi standar, namun ada pula yang dinilai kurang sesuai dengan harapan, seperti kemasan yang kurang rapi. Kondisi ini dapat memengaruhi tingkat Kepuasan konsumen, sehingga berpotensi berdampak pada loyalitas mereka terhadap toko.

Dengan demikian, penelitian mengenai “**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Toko Duta Grosir Kota Bima**” menjadi penting untuk dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana kualitas produk dan harga mampu memengaruhi loyalitas konsumen, serta menjadi masukan strategis bagi pengelola toko dalam menyusun kebijakan yang tepat guna mempertahankan eksistensi di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Adapun dalam penelitian ini yaitu untuk mencari pengaruh variable bebas yaitu pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y).

Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah tokoh duta grosir. Adapun populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen Toko Duta Grosir Kota Bima tidak di ketahui dengan pasti.

Sampel penelitian ini sejumlah 50 orang mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melihat lebih dari satu variabel bebas yang digunakan untuk memprediksikan pengaruh masing-masing variabel.

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

Keterangan:

Y	= Variabel Dependen (Kepuasan Kerja)
X_1	= Variabel Independen (Karakteristik Pekerjaan)
X_2	= Variabel Independen (Karakteristik Individu)
α	= Kostanta
β	= Koefisien Variabel
e	= Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.627	3.516		1.032	.308
X1	.228	.060	.443	3.826	.000
X2	.373	.107	.404	3.485	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data SPSS, diolah 2025

Dilihat dari tabel 7, analisis regresi linear berganda diatas, didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,627 + 0,228X1 + 0,373X2$$

a. Konstanta ($\alpha = 3,627$)

Nilai konstanta menunjukkan bahwa apabila variabel X1 dan X2 bernilai nol, maka nilai Y sebesar 3,627.

b. Pengaruh Variabel X1 terhadap Y

Koefisien regresi X1 sebesar 0,228 dengan nilai t hitung 3,826 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Artinya, setiap peningkatan X1 akan diikuti peningkatan Y sebesar 0,228, sehingga X1 menjadi faktor penting dalam menjelaskan perubahan Y.

c. Pengaruh Variabel X2 terhadap Y

Koefisien regresi X2 sebesar 0,373 dengan nilai t hitung 3,485 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa variabel X2 juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Dengan demikian, peningkatan nilai X2 satu satuan, akan meningkatkan loyalitas sebesar 0,373.

Koefisien Korelasi Berganda

Tabel 2.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.743 ^a	.552	.533	3.45849	.552	28.956	2	47	.000

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data SPSS, diolah 2025

Merujuk pada tabel 8 diatas bisa di simpulkan bahwa Kualitas Produk dan Harga memiliki hubungan terhadap Loyalitas Konsumen, karena berdasarkan pada hasil sig. f Change $< 0,05$. Untuk dapat mengetahui seberapa kuat tingkat korelasi antar variabel, bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Yang dimana Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen berada pada tingkat **hubungan kuat**, karena mendapatkan nilai korelasi 0,743 dengan acuan nilai korelasi 0,60 – 0,799.

Uji Determinasi

Tabel 4
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.533	3.45849

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data SPSS, diolah 2025

Berdasarkan tabel 10 diatas $R^2 = 0,552$, yang artinya: Sekitar **55,2% variasi perubahan nilai Y** dapat dijelaskan oleh perubahan nilai X_1 dan X_2 . Sisanya **44,8%** dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti ke dalam model regresi.

Uji T

Tabel 5
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.627	3.516		1.032	.308
	X1	.228	.060	.443	3.826	.000
	X2	.373	.107	.404	3.485	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data SPSS, diolah 2025

H1 : Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Toko Duta Grosir Kota Bima.

Dilihat dari tabel 11 diatas, bahwa **Variabel X1** memiliki nilai koefisien regresi sebesar **0,228** dengan nilai *t hitung* sebesar **3,826** dan tingkat signifikansi sebesar **0,000**. Karena nilai signifikansi $< 0,05$, maka Kualitas Produk **berpengaruh secara signifikan** terhadap Loyalitas Konsumen, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk **H1 Diterima**.

Didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Triasmika (2024) yang menyatakan bahwa **Kualitas Produk memberikan pengaruh signifikan** terhadap Loyalitas Konsumen.

H2 : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Toko Duta Grosir Kota Bima.

Dilihat dari tabel 11 diatas, bahwa **Variabel X2** memiliki nilai koefisien regresi sebesar **0,373** dengan nilai *t hitung* sebesar **3,485** dan tingkat signifikansi sebesar **0,001**. Sama halnya dengan X1, nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa **Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, H1 Diterima**.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh **Arianto and Febrian (2022)** yang menyatakan bahwa **Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen**.

Uji F

Tabel 6
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	692.706	2	346.353	28.956	.000 ^b
	Residual	562.174	47	11.961		
	Total	1254.880	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data SPSS, diolah 2025

H3 : Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Toko Duta Grosir Kota Bima.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang ditampilkan pada Tabel 12, diperoleh nilai **F hitung sebesar 28,956** dengan tingkat signifikansi **0,000** $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen, **H3 Diterima**.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh **Vildayanti & Saputra (2023)** yang menunjukkan bahwa **Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen**

KESIMPULAN

- 1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen **Toko Duta Grosir Kota Bima**.
- 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen **Toko Duta Grosir Kota Bima**.
- 3) Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen **Toko Duta Grosir Kota Bima**.

SARAN

Bagi Pengelola Toko Duta Grosir

- 1) Perlu menjaga dan meningkatkan konsistensi kualitas produk, mulai dari pemilihan barang, kebersihan, hingga kerapian kemasan, karena hal tersebut dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap toko.
- 2) Penetapan harga sebaiknya memperhatikan daya beli konsumen serta dibandingkan dengan harga di toko grosir pesaing. Strategi diskon, paket bundling, atau program loyalitas konsumen dapat menjadi langkah untuk mempertahankan konsumen.

Sarankan peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, citra merek, atau kepuasan konsumen untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fifin, and Anindhyta Budiarti. 2020. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Gojek." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 8(3): 86–94. doi:10.26740/jupe.v8n3.p86-94.
- Arianto, Nurmin, and Febrian. 2022. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT GV." *Jurnal Ekonomi Efektif* Vol. 4(3): 457–64. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/20135>.
- Ariella, Irfan Rizqullah. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelid." *Performa* 3(2): 215–21. doi:10.37715/jp.v3i2.683.
- Azhari et al. 2015. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 143–148." 28(1): 143–48.
- Cahyadi, universitas buddhi dharma. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang." *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* 1: 60–73.
- Dedek Kurniawan Gultom, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi. 2020. "MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3(2): 171–80. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>.
- Gita Cahyani, Febby, and Sonang Sitohang. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Rise Manajemen* 5(3): 1–19.

- Gusttian, Ferdinand. 2022. "Pengaruh Kualitas Prouk,Kualitas Layanan Dan Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Restoran Cepat Saji Kfc Di Kota Palembang)." *K&K_Jurnnal Manajemen* 1(2): 53–54.
- Haque, Marissa Grace. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta." *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta*. 21(134): 31–38.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu." *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen* 3(2): 134–46. www.investor.iddi.
- Novianti, Endri, and Darlius. 2018. "Manajemen, Jurnal Ilmiah Viii, Volume." *Mix : Jurnal Ilmiah Manajemen VIII*(1): 136–50.
- Putra, Rio. 2021. "Determinasi Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2(4): 516–24. doi:10.31933/jemsi.v2i4.461.
- Putri, Nada Dwi Putri Dwi, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, and Masduki Asbari. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Journal Of Communication Education* 15(1): 1267–83. doi:10.58217/joce-ip.v15i1.226.
- Santoso, Joko Bagio. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16(01): 127–46. doi:10.36406/jam.v16i01.271.
- Setyo, Purnomo Edwin. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 'Best Autoworks.'" *Performa* 1(6): 755–64. doi:10.37715/jp.v1i6.404.
- Sugiyono. 2016. "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Surabaya." *Ilmu dan Riset Manajemen* 5(5): 1–17.
- Triasmika, Febriana Yeni. 2024. "Memahami Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen Di Cahaya Tani Garum." *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* 6(2): 161–69.
- Vildayanti, Rina Ayu, and Fuad Fajar Saputra. 2025. "Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pengguna Provider Internet Kartu XL Wilayah Tangerang Selatan)." 21(2): 254–59.