

ABSTRAK

Riskawati Arifah, 2022, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Implikasinya Pada Loyalitas Konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Pembimbing: Lely Shofa Imama, Lc., M.S.I.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen*

Perkembangan UMKM semakin meningkat, sehingga membuat persaingan semakin ketat, hal ini mendorong pelaku UMKM khususnya Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan untuk terus berinovasi yaitu dengan memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen. Dengan memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen maka menciptakan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, sehingga mampu bersaing dan dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, serta pengaruh kepuasan konsumen memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Bakso Gong Cak Gundul Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Tehnik sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden dengan menggunakan rumus Lemeshow. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Uji statistika menggunakan uji F, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama*, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai $t_{hitung} 8,441 > t_{tabel} 1,98447$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. *Kedua*, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, diperoleh nilai $t_{hitung} 6,140 > t_{tabel} 1,98472$ dengan nilai signifiknasi $0,000 < 0,05$. *Ketiga*, kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, diperoleh nilai $t_{hitung} 2,240 > t_{tabel} 1,98472$ dengan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$. *Keempat*, kepuasan konsumen memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, dengan menggunakan uji sobel diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,14219 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,98472, dan nilai total pengaruh atau koefisien mediasi sebesar 0,702343.