



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana**

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk
Terhadap Loyalitas Konsumen Anorra.id**

Skripsi

Oleh
Cornelia Sispi Rahayu
6081901011

Bandung
2023



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana**

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk
Terhadap Loyalitas Konsumen Anorra.id**

Skripsi

Oleh
Cornelia Sispi Rahayu
6081901011

Pembimbing
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Bandung
2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Cornelia Sispi Rahayu
Nomor Pokok : 6081901011
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Anorra.id

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 6 Juli 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Yosefa, S.T., M.M

: _____
2-30-2023
Pengesahan
Skripsi di Fakultas
GMP

Sekretaris
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: _____

Anggota
Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE

: _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Cornelia Sispi Rahayu
Nomor Pokok Mahasiswa : 6081901011
Program Studi : Administrasi Bisnis
Pembimbing : Fransiska Anita Subari, S.S., M.M. (20060457) Pembimbing Tunggal
Hari dan tanggal ujian skripsi : Kamis tanggal 6 July 2023
Judul (Bahasa Indonesia) : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Anorra.id
Judul (Bahasa Inggris) : The Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty Anorra.id

1. Perbaiki Judul Skripsi menjadi (**Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case**)

Judul (Bahasa Indonesia)

Judul (Bahasa Inggris)

2. Perbaiki Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :

1. Abstrak, daftar isi perbaiki
2. Kata pengantar point 3
3. Tanda baca
4. Daftar pustaka
5. spasi setelah tabel dan gambar

3. Perbaiki di Bab 1

1. Data jumlah pengusaha buket di Bandung
- 2.

4. Perbaiki di Bab 2

1. Jumlah pembeli apakah diketahui? Jika diketahui maka rumusnya berubah
2. Konsisten istilah dimensi dan indikator
3. Kerangka berpikir bahwa yang digunakan adalah regresi linear berganda
- 4.

5. Perbaiki di Bab 3

1. Profil responden dimunculkan semua
2. Responden yang beli di tempat dan via online yang dibahas hanya yang membeli di anorra
3. Kualitas produk adalah variabel independen
4. Datanya normal atau tidak?
5. konsistensi bab 2 dengan bab 3
6. Uji reliabilitas dibuat per variabel

6. Perbaiki di Bab 4

1. implikasi: jika saran dilaksanakan maka konsekuensinya apa?

7. Perbaiki di Bab 5

DOKUMEN INI TIDAK PERLU DITANDATANGANI LAGI

Bandung, 6 July 2023

Ketua Program Studi,

kaprodi_iab.fisip@unpar.ac.id
7/6/2023 10:18:12

Shelvi, S.AB., M.M.

Penguji,

yosefa.efa@unpar.ac.id

Penguji (Pembimbing),

fransiskaanita@unpar.ac.id
7/6/2023 10:05:14

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Penguji,

ruly.pratikto@unpar.ac.id

7/6/2023 9:03:38

Yosefa, S.T., M.M.

7/25/2023 9:18:33

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB.,M.S.E

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Cornelia Sispi Rahayu

NPM : 6081901011

Program Studi : Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Anorra.id

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah yang disusun sendiri dan bukanlah karya yang sudah pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat dari peneliti lain yang dikutip dalam skripsi ini, ditulis dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 21 Juni 2023



Cornelia Sispi Rahayu

ABSTRAK

Nama : Cornelia Sispi Rahayu

NPM : 6081901011

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas

Konsumen Anorra.id

Memberi hadiah untuk mengungkapkan rasa terima kasih atau ucapan selamat kepada orang lain sudah menjadi bagian dari budaya. Bunga biasanya dikirim sebagai ungkapan kebahagiaan atau belasungkawa. Kebiasaan ini membuka peluang bagi usaha karangan bunga yang belakangan ini diinovasi tidak hanya melibatkan bunga saja, tetapi juga banyak unsur lain seperti *snack*, boneka, voucher belanja, uang, dll. Kemampuan kerja pengrajin sangat penting karena karangan bunga masih dibuat dengan tangan. Anorra.id merupakan salah satu bisnis buket bunga di Cimahi yang menawarkan berbagai macam buket bunga yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggannya. Seperti bisnis lainnya, Anorra.id berharap dapat membangun loyalitas konsumen dengan memperhatikan kualitas layanan dan kualitas produk. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sedangkan beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang sebaliknya. Hasil yang berbeda tersebut menarik untuk dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan anorra.id.

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey kepada 131 responden yang pernah membeli dari Anorra.id. Kualitas Layanan diukur dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, keyakinan dan empati. Dan kualitas produk diukur dengan dimensi fungsi inti, fitur, kualitas kinerja, penyesuaian kualitas, ketahanan, keandalan, bentuk, gaya dan kustomisasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan uji parsial menunjukkan bahwa Servqual tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, namun kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jika kualitas layanan berdiri sendiri tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Namun jika kualitas layanan dan kualitas produk berdiri bersama maka akan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen Anorra.id

ABSTRACT

Name : Cornelia Sispi Rahayu

NPM : 6081901011

Title : *The Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty*

Anorra.id

Giving presents to express gratitude or congratulate others has been part of culture. Flowers are usually sent either as expression of happiness or condolences. This habit has provided opportunity for bouquet business which has recently been innovated not only involving flowers, but also many other elements such as snacks, dolls, shopping vouchers, money, etc. Craftsmen's work ability is very important since the bouquets are still made by hands. Anorra.id is one of the bouquet businesses in Bandung that offers various, customized bouquets to its customer. Like other business, Anorra.id expects to build consumer loyalty by paying attention to service quality and product quality. Some previous researches have shown that product quality and service quality affect the consumer loyalty while some other research showed the contrary results. These different results make it interesting to conduct this research which aims to find out and analyze how much influence service quality and product quality have on anorra.id customer loyalty.

This research is done by conducted survey to 131 respondents who have bought from Anorra.id. The Servqual is measured by the dimensions of tangibles, reliability, responsive, assurance, empathy. And the product quality is measured by the dimensions of core functionality, features, performance quality, conformance quality, durability, reliability on product quality, form, style and customization. The results show that the servqual and product quality simultaneously influence the consumer loyalty. While the partial test shows that the Servqual has no effect on customer loyalty, but product quality has an influence on consumer loyalty.

Based on the results of the study, it was found that if Service Quality stands alone, it does not affect Consumer Loyalty. However, if Service Quality and Product Quality stand together, it will affect consumer loyalty.

Keyword : Service quality, Product Quality, Customer Loyalty Anorra.id

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan kasih dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan fisik dan pikiran untuk menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Anorra.id (Studi Kasus Jasa Pembuatan Bouquet di Kota Cimahi)”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam perjalanan untuk menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini, penulis sangat memperoleh banyak bantuan dan dukungan dalam hal pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu penulis sampaikan rasa terima kasih sebagai bentuk penghargaan kepada :

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
2. Bapak Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, Ibu Dr. Theresia Gunawan, dan Ibu Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan
3. Ibu Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. dan Ibu Shelvi, S.AB, M.M. selaku Ketua Jurusan dan Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Fransiska Anita Subari, S.S., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Seluruh Tenaga Kependidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama penulis menempuh studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Kedua orang tua penulis, Petrus Dadang Siswanto dan Anastasia Upik Rahayu, setiap kata yang tertulis, waktu dan tenaga yang penulis lakukan untuk skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua penulis. Terima kasih yang tak terhingga karena sudah berupaya sekeras mungkin untuk membimbing dan mendukung penulis untuk mendapatkan gelar sarjana. Kelak, kesuksesan dan segala hal baik yang ada pada penulis itu karena amin paling serius yang selalu dipanjatkan oleh kedua orang tua dan tentunya akan penulis persembahkan untuk mamah dan papah.
8. Kakak dan adik tercinta Mas Andi, Mba Ajeng, Mas Ivan, Mba Lena, Mba Rima, Abang Prima dan Adik Vegi yang selalu memberikan saluran dukungan, mendoakan dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga kelak penulis bisa menjadi adik atau kakak yang membanggakan kalian semua.

9. Keponakan tercinta penulis Mas El, Dede Al, Kakak Vannya, Dede Ais dan Rey, yang selalu memberikan hiburan di sela-sela penyusunan skripsi penulis.
10. Andreas Tri Hermawan Sinulingga terima kasih karena sudah menjadi tempat pulang yang bukan hanya berupa tanah dan bangunan, selalu menjadi tempat terindah bilamana penulis merasakan takut, gelisah dan ragu. Terima kasih karena sudah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran, materi maupun moril kepada penulis dan senantiasa sabar mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih karena sudah mengiringi sebagian perjalanan hidup penulis hingga saat ini. Semoga kelak akan dapat memperbaiki segala hal yang masih dirasa kurang dan menambahkan apa-apa yang dirasa diperlukan. Tetaplah kebersamai dan tidak tunduk kepada apa-apa. Semangat sampai akhir.
11. Teman garda terdepan Rosmeta Novelinda, Cornelia Bunga Wiradhika, Veronica Lusiana, Maria Riski Youlanda Silalahi, Dea Sagita Melania dan Desyana Nathalia Bancin yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, terima kasih karena sudah menjadi teman di titik akhir perkuliahan. Semoga kita bisa terus tumbuh dan bertahan untuk menggapai cita-cita terbaik.
12. Teman – teman semasa SMA dan perkuliahan yang senantiasa membuka hatinya untuk saling berdiskusi dan saling membantu, di sela keluh kesah dunia yang dewasa ini, terima kasih karena sudah ada untuk memberikan arahan.
13. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai karya manusia biasa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan, baik dari segi kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan penulis bersedia menerima saran dan masukan atau bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, besar harapan penulis, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca.

Cimahi, 12 Maret 2023

Penyusun,

Cornelia Sispi Rahayu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Objek Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN METODOLOGI	10
2.1 Teori dan Konsep	10
2.1.1 Kualitas Layanan	10
2.1.2 Kualitas Produk	18
2.1.3 Loyalitas Konsumen	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Metodologi Penelitian	23
2.3.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian	23
2.3.2 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
2.3.4 Model Penelitian dan Hipotesis	25
2.3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	26
2.3.5.1 Populasi	26
2.3.5.2 Sampel dan Teknik Sampling	27
2.3.8 Operasionalisasi Variabel	28
2.3.9 Metode Analisis	33
2.3.9.1 Uji Validitas	34
2.3.9.2 Uji Reliabilitas	34
2.3.9.3 Uji Heteroskedastitas	35
2.3.9.4 Uji Multikolinearitas	35
2.3.9.5 Uji Korelasi	36
2.3.9.6 Uji Linearitas	36

2.3.9.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	36
2.3.9.8 Uji T	37
2.3.9.9 Uji F	37
2.3.9.10 Analisis Regresi Linear Ganda.....	37
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
3.1 Hasil Penelitian.....	39
3.1.1 Identitas Responden.....	39
3.1.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
3.1.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	40
3.1.1.3. Informasi Responden Berdasarkan Frekuensi pembelian bouquet di anorra.id	40
3.1.1.4. Informasi seputar Pembelian Bouquet	41
3.2.1 Distribusi Frekuensi	43
3.2.2 Analisis data.....	60
3.2.2.1 Hasil Uji Validitas.....	60
3.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	62
3.2.2.3 Hasil Uji Heteroskedastitas	65
3.2.2.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
3.2.2.5 Hasil Uji Korelasi.....	66
3.2.2.6 Hasil Uji Linearitas	67
3.2.2.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68
3.2.2.8 Hasil Uji F.....	69
3.2.2.9 Hasil Uji T.....	69
3.2.2.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	70
3.2.3 Pembahasan	72
BAB IV KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI.....	76
4.1 Kesimpulan.....	76
4.2 Saran	77
4.3 Implikasi	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	25
Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel	29
Tabel 2.3 Rentang Nilai Korelasi antara Variabel	36
Tabel 3.1 Jumlah Responden Membeli bouquet di anorra.id.....	39
Tabel 3.2 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.....	39
Tabel 3.3 Identitas responden berdasarkan usia.....	40
Tabel 3.4 Frekuensi responden berdasarkan pembelian bouquet di anorra.id	40
Tabel 3.5 Kebiasaan responden ketika membeli bouquet.....	41
Tabel 3.6 Platform yang biasa digunakan untuk mencari atau membeli bouquet	41
Tabel 3.7 Daftar kebutuhan konsumen dalam membeli bouquet.....	42
Tabel 3.8 Range skor jawaban kuesioner.....	43
Tabel 3.9 Distribusi frekuensi variabel kualitas layanan	43
Tabel 3.10 Distribusi frekuensi variabel kualitas produk	51
Tabel 3.11 Distribusi frekuensi variabel Loyalitas Konsumen.....	57
Tabel 3.12 Tingkat pemilihan tempat untuk membeli bouquet berdasarkan usia.	59
Tabel 3.13 Hasil Uji validitas variabel X1 (Kualitas Layanan).....	60
Tabel 3.14 Hasil Uji validitas variabel X2 (Kualitas Produk)	61
Tabel 3.15 Hasil Uji validitas variabel Y (Loyalitas Konsumen).....	62
Tabel 3.16 Hasil uji reliabilitas kualitas layanan	62
Tabel 3.17 Hasil uji reliabilitas kualitas produk	63
Tabel 3.18 Hasil uji reliabilitas loyalitas konsumen	63
Tabel 3.19 Hasil uji reliabilitas semua variabel	63
Tabel 3.20 Hasil Uji Reliabilitas per item.....	63
Tabel 3.21 Hasil uji heteroskedastitas.....	65
Tabel 3.22 Hasil uji multikolinearitas	66
Tabel 3.23 Hasil uji korelasi per variabel	66
Tabel 3.24 Hasil uji linearitas loyalitas konsumen * kualitas layanan	67
Tabel 3.25 Hasil uji linearitas loyalitas konsumen * kualitas produk.....	68
Tabel 3.26 Hasil uji koefisien determinasi.....	68
Tabel 3.27 Hasil uji F.....	69
Tabel 3.28 Hasil uji T.....	69
Tabel 3.29 Hasil uji regresi linear berganda	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram Anorra.id	7
Gambar 1.2 Produk dari anorra.id.....	8
Gambar 1.3 Produk dari anorra.id.....	8

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak dulu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sudah menjadi senjata bagi Indonesia untuk meningkatkan perekonomian. Semakin banyak UMKM yang bertumbuh di suatu daerah maka kesejahteraan masyarakat pun meningkat. Melalui penjelasan tersebut maka dapat di tarik bahwa UMKM merupakan bumbu terpenting dalam mewujudkan roda perekonomian yang lebih baik (Atsna Himmatul Aliyah, 2022).

Indonesia terkenal dengan keanekaragaman floranya. Beraneka ragam tumbuhan menarik yang dapat tumbuh subur di negara tropis ini. Mawar, Garbera, Chrysanthemum, Aster, Anggrek, dan tanaman hias lainnya yang sangat terkenal di Indonesia. Tentu saja keragaman ini memberikan peluang bisnis salah satunya bagi perusahaan karangan bunga (Muhamad Buhari Sibuaea, 2021).

Dilansir dari kompasiana (2022) karya seni dan keunikan yang dihasilkan para pengrajin *bouquet* menjadi daya tarik tersendiri yang di cari banyak orang, semakin kreatif dan unik karya yang dihasilkan maka akan semakin besar peluang kerajinan *bouquet* ini di pasaran dan jenis bisnis ini tidak mengenal trend namun merupakan kebutuhan bagi mereka yang membutuhkan buah tangan atau hadiah bagi kerabatnya, sehingga dalam waktu apapun, pelaku usaha ini tetap memiliki peminat untuk membelinya sendiri. Tentunya, bisnis *bouquet* ini merupakan peluang usaha yang menjanjikan apabila dikelola dengan baik.

Menurut Kotler (2021) terdapat beberapa aspek dari sebuah layanan dalam penawaran bisnis yang terdiri dari lima kategori yaitu

1. *a pure tangible good* yang merupakan penjualan barang berwujud. Contohnya seperti sabun, pasta gigi atau garam yang dimana tidak ada layanan yang menyertainya.
2. *a tangible good with accompanying services* penawaran produk disertai dengan satu atau lebih layanan. Contohnya seperti mobil, komputer atau ponsel yang perlu disertai pelayanan seperti perawatan dan perbaikan.
3. *a hybrid offering* yaitu penawaran barang dan jasa dengan porsi yang sama. Contohnya adalah sebuah restoran yang menawarkan makanan dan minuman (produk), namun juga menyediakan layanan seperti pelayanan meja, membantu memilih menu, dan suasana tempat yang bersih serta nyaman (jasa).
4. *a major service with accompanying minor goods and services* menawarkan jasa yang lebih besar di sertai dengan barang berwujud sebagai pendukung. Contohnya adalah maskapai penerbangan yang dimana mereka menyediakan snack dan minuman untuk melengkapi perjalanannya menggunakan pesawat terbang. Tetapi pada bisnis ini pelayanan menjadi faktor utamanya.
5. *a pure service* hanya menjual jasa tanpa barang berwujud. Contohnya seperti jasa konsultan, penitipan bayi dan psikoterapi.

Dari pernyataan tersebut, bisnis *bouquet* ini termasuk ke dalam kategori bauran layanan *a hybrid offering* yang menjual barang berwujud dan jasa dalam satu produk.

Bisnis di bidang kerajinan *bouquet* ini pun menarik minat banyak orang untuk dijadikan sebagai peluang usaha, persaingan ini dibuktikan melalui pencarian “*bouquet*” melalui *e-commerce* shopee terdapat 21 akun penjual *bouquet*. Tidak hanya melalui *e-commerce* shopee, sebanyak 45 akun pebisnis di bidang *bouquet* pun memasarkan produknya di instagram. Lalu terdapat 33 akun penjual *bouquet* pada media sosial TikTok. Serta sebanyak 26 akun penjual *bouquet* pada media sosial Facebook dan terdapat 30 akun yang menjual *bouquet* pada Tokopedia.

Ahmad Faisal (2022) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan aspek penting dalam memenangkan persaingan, apabila sebuah perusahaan memiliki konsumen yang loyal maka akan memberikan keuntungan kepada perusahaan karena konsumen akan melakukan pembelian secara berulang, jika hal ini terjadi secara terus – menerus, maka perusahaan akan berkembang dan menjadi pemenang persaingan.

Anorra.id merupakan salah satu pelaku bisnis *bouquet* yang berdiri sejak tahun 2022. Dari hasil observasi di akun instagram Anorra.id memiliki produk *bouquet* bunga hidup, *bouquet* bunga palsu, *bouquet snack*, *money bouquet* dan *bouquet ballon*. Anorra.id menyediakan sistem pelayanan *made by order* atau sering disebut *pre order* yang mana konsumen harus memesan tiga hari sebelum *bouquet* itu dibutuhkan dikarenakan proses pembuatan *bouquet* ini adalah *hand made* sehingga diperlukan waktu untuk membuatnya

Menurut pemilik anorra.id selain persaingan yang ketat, ada beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen kepada anorra.id yaitu :

1. Produk yang diterima tidak sesuai dengan referensi yang diinginkan konsumen. Hal tersebut disebabkan oleh anorra.id yang memiliki tiga pengrajin *bouquet* yang akan mengerjakan pesanan para konsumen secara *hand made* yang tentunya hasil dari setiap pekerja untuk merangkai *bouquet* ini akan berbeda. Maka seringkali menjadi keluhan konsumen mengenai foto yang dipromosikan melalui akun instagram anorra.id terkadang tidak sesuai dengan apa yang mereka terima pada saat proses pembelian selesai.
2. Admin yang merespon *chat* dengan lambat yaitu dalam kurun waktu satu hari.
3. Adanya beberapa ornamen bouquet yang tidak tersedia sehingga konsumen enggan untuk melanjutkan ke tahap pembelian.
4. Anorra.id menerapkan sistem pemesanan *pre order* yang dimana konsumen tidak dapat melakukan pemesanan *bouquet* yang dibutuhkan untuk hari itu juga, keluhan konsumen ini menjadikan anorra.id kehilangan beberapa konsumen.

Selain persaingan yang sangat ketat, apabila anorra.id tidak menangani keluhan yang ada dengan baik tentunya konsumen akan berpaling kepada pesaing. Maka hal yang perlu di perhatikan untuk tetap bertahan dalam bidang bisnis ini tidak hanya mengenai menciptakan inovasi baru namun juga harus mengunggulkan kualitas pelayanan dan kualitas produk (Sahara Nora Firdaus, 2023).

Menurut Aris Siregar (2023), loyalitas pelanggan bagi pelaku usaha baik perorangan, persekutuan ataupun perusahaan merupakan peran yang sangat penting dalam kesuksesan bisnis, dengan mempertahankan loyalitas pelanggan maka akan meningkatkan kinerja keuangan dan memastikan kelangsungan keberadaan perusahaan itu sendiri.

Hal tersebut juga didukung oleh pernyataan Tiara Nurhikmah (2022) yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen merupakan tonggak kemenangan dari sebuah bisnis untuk memenangkan persaingan. Konsumen yang loyal dan puas tidak akan ragu untuk terus menyebarkan kabar baik mengenai kualitas produk dan layanan yang diterima oleh konsumen. Lalu, Sahara Nora Firdaus (2023) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Faisal, Agus Hermani & Widayanto (2022), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Indihome di Jepara)” ditemukan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen Indihome, semakin tinggi kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan oleh Indihome maka semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen.

Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Choiriah & Liana (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di mediasi Kepuasan Pelanggan, menghasilkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, dalam penelitian ini akan dilihat jika objek dalam penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen atau tidak.

Berdasarkan uraian latar belakang yang disampaikan di atas , penelitian ini akan dilakukan untuk mengetahui asistensi dari bisnis ini ke depannya dengan meneliti **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Anorra.id.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat menguraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas layanan pada anorra.id menurut konsumen?
2. Bagaimana kualitas produk pada anorra.id menurut konsumen ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen anorra.id ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

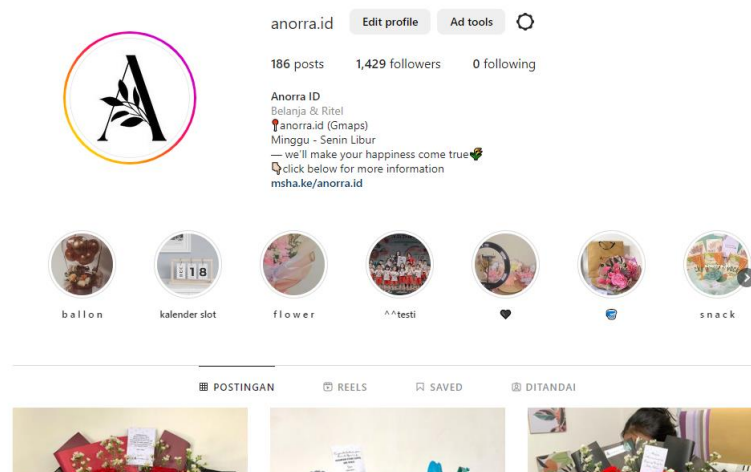
1. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai kualitas layanan pada anorra.id

2. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai kualitas produk pada anorra.id
3. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen anorra.id

1.4 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran ilmiah dari sebuah penelitian untuk mengetahui apa, siapa, kapan dan dimana yang menjadi peran penting dalam penelitian yang digunakan untuk mencapai hasil dari penelitian tersebut (Sampoerna University, 2022). Objek penelitian dalam skripsi ini adalah anorra.id.

Anorra.id merupakan salah satu UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang berada di Jalan Cempaka No 39, Citereup, Cimahi Utara. Anorra.id baru berjalan mulai dari tahun 2022. Bisnis ini memasarkan produknya di akun instagram @anorra.id dan menjalankan bisnisnya di sebuah toko yang didirikan oleh satu orang pemilik dibantu dengan dua orang pekerja. Akun Instagram anorra.id memiliki 1.429 pengikut

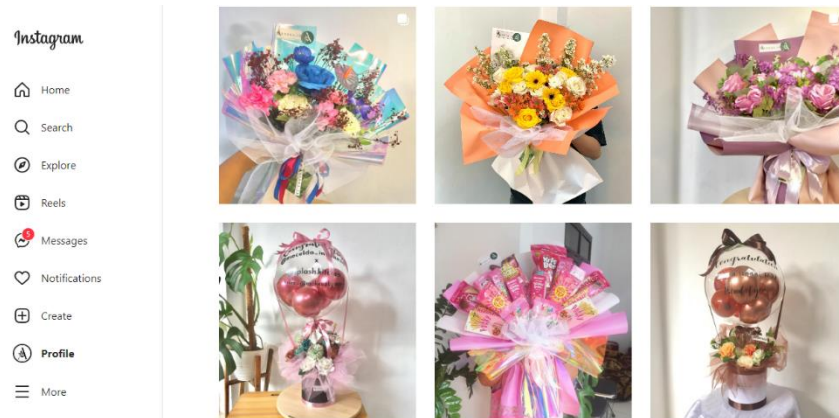


Gambar 1.1 Profil Instagram Anorra.id

Sumber : Instagram

Anorra.id merupakan bisnis yang menyediakan produk dan jasa dalam satu bisnis. Anorra.id menjual berbagai macam jenis *bouquet* mulai dari *bouquet fresh*

flower, bouquet artificial flower, snack bouquet, money bouquet, bouquet ballon dan bouquet lainnya.



Gambar 1.2 Produk dari anorra.id

Sumber : Instagram @anorra.id



Gambar 1.3 Produk dari anorra.id

Sumber : Instagram @anorra.id

Semua jenis *bouquet* tersebut dirangkai langsung oleh tim anorra.id yang terdiri dari tiga orang. Layanan pemesanan yang disediakan oleh anorra.id untuk konsumennya adalah *made by order* atau *pre order* dikarenakan proses pembuatan *bouquet* dilakukan secara *hand made* yang memerlukan waktu tertentu tergantung dengan tingkat kesulitan. Pemesanan bisa dilakukan secara *online* atau datang langsung ke toko anorra.id. Konsumen dapat dengan bebas menentukan warna

kertas, warna bunga, model *wrapping*, jenis bunga, jenis snack, jenis mata uang untuk *money bouquet*, pemilihan waktu dan hari pengambilan atau pengantaran bouquet. Untuk layanan pengantaran anorra.id memiliki *driver* khusus pengantaran bouquet untuk menjamin keamanan bouquet dan menyediakan armada berupa motor atau mobil yang dapat dipilih oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan. Namun, tentu saja tarif ongkos kirim akan menyesuaikan dengan jarak tempuh dan armada yang dipilih.