

PERAN KUALITAS PRODUKSI DAN PELAYANAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN PADA INDUSTRI TAHU TIGA ‘S ‘ PRIMA

OLEH

Mariana Afrini Jenai ⁽¹⁾, Dr. Elly Lestari ⁽²⁾, Dr. Willy Tri Hardianto ⁽³⁾

Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi

Email : marianaafrini562@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas konsumen pada Industri Tahu Tiga “S” Prima. Loyalitas konsumen menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha, khususnya pada industri pangan tradisional yang menghadapi persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pemilik usaha, karyawan, dan konsumen tetap Industri Tahu Tiga “S” Prima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang meliputi rasa, tekstur, kebersihan, dan kesegaran produk berperan penting dalam menciptakan kepuasan dan kepercayaan konsumen. Konsistensi kualitas produk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan tetap memilih produk Tahu Tiga “S” Prima. Selain itu, kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui sikap ramah, kecepatan pelayanan, ketepatan pengiriman, serta perhatian terhadap kebutuhan konsumen turut memperkuat hubungan jangka panjang antara industri dan konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki peran yang saling melengkapi dalam membangun loyalitas konsumen. Peningkatan kualitas produk dan pelayanan secara berkelanjutan dapat mempertahankan loyalitas konsumen serta meningkatkan daya saing Industri Tahu Tiga “S” Prima.

Kata kunci: kualitas produk; kualitas pelayanan; loyalitas konsumen.

THE ROLE OF PRODUCTION QUALITY AND SERVICE QUALITY IN BUILDING CONSUMER LOYALTY AT TIGA “S” PRIMA TOFU INDUSTRY

BY

Mariana Afrini Jenai ⁽¹⁾, Dr. Elly Lestari ⁽²⁾, Dr. Willy Tri Hardianto ⁽³⁾

Faculty of Economics, Tribhuwana Tunggal University

Email : marianaafrini562@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of product quality and service quality in building consumer loyalty at Tahu Tiga “S” Prima Industry. Consumer loyalty is an important factor in maintaining business sustainability, especially in traditional food industries facing increasingly intense competition. This research employs a qualitative approach with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and documentation. The research informants consist of the business owner, employees, and loyal consumers of Tahu Tiga “S” Prima Industry. The results indicate that product quality, including taste, texture, cleanliness, and freshness, plays a significant role in creating consumer satisfaction and trust. Consistent product quality encourages consumers to make repeat purchases and remain loyal to Tahu Tiga “S” Prima products. In addition, service quality reflected through friendliness, service speed, delivery accuracy, and attention to consumer needs strengthens long-term relationships between the industry and its consumers. This study concludes that product quality and service quality complement each other in building consumer loyalty. Continuous improvement of these aspects can maintain consumer loyalty and enhance the competitiveness of Tahu Tiga “S” Prima Industry.

Keywords: *product quality; service quality; consumer loyalty.*