

**PENGARUH KUALITAS PRODUK AYAM BROILER DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI KASUS DI RUMAH AYAM ALHAMDULILLAH
KELURAHAN DAYA KOTA MAKASSAR)**

SKRIPSI

**A. NURUL IZZAH HIRDAN
I011 20 1254**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK AYAM BROILER DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI KASUS DI RUMAH AYAM ALHAMDULILLAH
KELURAHAN DAYA KOTA MAKASSAR)**

SKRIPSI

**A. NURUL IZZAH HIRDAN
I011 20 1254**

**Disusun sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan Pada Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A. Nurul Izzah Hirdan

NIM : 1011201254

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Pengaruh Kualitas Produk Ayam Broiler dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Rumah Ayam Alhamdulillah Kelurahan Daya Kota Makassar)** adalah asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 4 Maret 2024

Peneliti



A. Nurul Izzah Hirdan


HALAMAN PENGESAHAN


Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Ayam Broiler dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Rumah Ayam Alhamdulillah Kelurahan Daya Kota Makassar)

Nama : A.Nurul Izzah Hirdan

Nomor Induk Mahasiswa : I011201254

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :


Prof. Dr. Ir. Aslina Asnawi, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN, Eng.
Pembimbing Utama


Dr. Ir. Siti Nurlaelah, S.Pt., M.Si., IPM
Pembimbing Pendamping


Dr. Agr. Ir. Renny Fatmahan Utami, S.Pt., M. Agr., IPM.
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 13 Maret 2024

ABSTRAK

A. NURUL IZZAH HIRDAN (I011 20 1254). Pengaruh Kualitas Produk Ayam Broiler dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Rumah Ayam Alhamdulillah). Dibimbing oleh **Aslina Asnawi** dan **Siti Nurlaelah**.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk ayam broiler dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di Rumah Ayam Alhamdulillah. Penelitian dilaksanakan pada 30 Desember 2023 hingga 20 Januari 2024 di Rumah Ayam Alhamdulillah, Kelurahan Daya, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan jumlah sampel sebanyak 89 responden. Metode pengambilan sampel berupa *systematic random sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif, analisis regresi linear berganda dan analisis determinasi dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan nilai T_{hitung} sebesar $4,326 > 1,9879$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan nilai T_{hitung} sebesar $11,529 > 1,9879$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a yang artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan nilai F_{hitung} sebesar $251,237 > 3,10$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a yang artinya kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh sebesar 85,40% terhadap loyalitas konsumen dan 14,60% berpengaruh terhadap faktor lain di luar dari variabel penelitian.

Kata Kunci : *ayam broiler, kualitas layanan, kualitas produk, loyalitas konsumen*

ABSTRACT

A. NURUL IZZAH HIRDAN (I011 20 1254). *The Influence of Broiler Chicken Product Quality and Service Quality on Consumer Loyalty (Case Study at Alhamdulillah Chicken House, Daya Village, Biringkanaya District, Makassar City).* Supervised by **Aslina Asnawi and Siti Nurlaelah.**

This research aims to examine the influence of broiler chicken product quality and service quality on consumer loyalty at Rumah Ayam Alhamdulillah. The research was carried out from 30 December 2023 to 20 January 2024 at Rumah Ayam Alhamdulillah, Daya Village, Biringkanaya District, Makassar City, South Sulawesi Province. This research uses explanatory research with a sample size of 89 respondents. The sampling method is systematic random sampling. Data analysis was carried out using quantitative descriptive data analysis, multiple linear regression analysis and determination analysis using the SPSS program. The research results show that the product quality variable has a significant effect on consumer loyalty, with a Tvalue of $4.326 > 1.9879$, so H_0 is rejected and H_a is accepted, which means product quality has a significant effect on consumer loyalty. The service quality variable has a significant effect on consumer loyalty, with a Tvalue of $11.529 > 1.9879$, so H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that service quality has a significant effect on consumer loyalty. The product quality and service quality variables together have a significant effect on consumer loyalty, with a calculated F value of $251.237 > 3.10$, so H_0 is rejected and H_a is accepted, which means product quality and service quality have a significant effect on consumer loyalty. Product quality and service quality have an influence of 85.40% on consumer loyalty and 14.60% influence on other factors outside of the research variables.

Keywords: *broiler chicken, service quality, product quality, consumer loyalty*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang masih melimpahkan RahmatNya sehingga penulis tetap menjalankan dan menyelesaikan semua aktivitas sebagaimana mestinya. Tak lupa pula penulis haturkan salawat serta salam kepada junjungan baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah memimpin umat Islam ke jalan yang penuh dengan cahaya kesempurnaan. Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmatNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Ayam Broiler dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Rumah Ayam Alhamdulillah Kelurahan Daya Kota Makassar)**”.

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara, kepada ayahanda **Andi Akhmad Hirdan** dan ibunda **Kasmiyati Kasim** yang telah melahirkan, mendidik, dan membesarkan dengan cinta dan kasih sayang yang begitu tulus serta senantiasa memanjatkan do'a dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis.

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis hanturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada :

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc** selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si** selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin serta seluruh Bapak/Ibu dosen pengajar yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis.

3. Ibu **Prof. Dr. Ir. Aslina Asnawi, S.Pt.,M.Si.,IPM.,ASEAN Eng.** selaku pembimbing utama dan Ibu **Dr. Ir. Siti Nurlaelah, S.Pt.,M.Si.,IPM** selaku pembimbing pendamping yang telah berbagi ilmu dan banyak meluangkan waktu untuk mengarahkan, membimbing dan memberikan nasihat kepada penulis.
4. Ibu **Vidyahwati Tenrisanna, S.Pt.,M.Ec., Ph.D** dan Ibu **Dr. Ir. Hj. St. Rohani, M.Si** selaku penguji yang telah memberikan saran dan berbagi ilmu kepada penulis.
5. Pemilik **Rumah Ayam Alhamdulillah** beserta para karyawan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan pengambilan data penulis.
6. Teman-Teman **UKM Forum Studi Ilmiah (FOSIL)** dan teman angkatan **Crown 2020**.
7. Teman-Teman **Asisten Mikrobiologi Hewan, Asisten Ilmu Kesehatan Ternak, Asisten Manajemen Pemasaran dan Sistem Perilaku Konsumen** serta **Asisten Analisis Studi Kelayakan Proyek** yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Kakak-kakak **Sri Wira Utami, S.Pt.,M.Si, Muhammad Alwi Akbar, S.Pt** dan **Muhammad Iqbal Rivai, S.Pt** yang selalu membantu dan memberikan support kepada penulis.
9. Team PMW (Program Mahasiswa Wirausaha) **Yulianti, St. Ainun Rahmadania Nur, Abdul Hafizh Shiddiq** dan **Muhammad Rum Akbar** yang telah kebersamai, membantu dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan hingga tahap akhir skripsi.

10. Sahabat Penulis **Afika Nuraprilia Dwi Putri, Airin Khuzaimah dan Challista Amadea Rombe** yang selalu siap siaga membantu penulis dan memberikan support kepada penulis.

11. Sahabat dan Teman Seperjuangan Penulis **Muhammad Zulkifli, Nurul Khalisah, Zulfa Sryanti, Yurin Kartini Tutang dan Muhammad Alhajrin** yang telah memberikan support dan menjalani suka duka selama perkuliahan.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat kepada kita semua.

Makassar, Maret 2024



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Umum Daging Ayam Broiler.....	6
2.2 Tinjauan Umum Kualitas Produk.....	7
2.3 Tinjauan Umum Kualitas Layanan	11
2.4 Tinjauan Umum Loyalitas Konsumen	14
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Kerangka Pemikiran.....	17
2.7 Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III. METODE PENELITIAN	19
3.1 Waktu dan Tempat	19
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Jenis Data dan Sumber Data	19
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.5 Populasi dan Sampel	20
3.6 Analisis Data	22
3.7 Pengujian Hipotesis.....	26
3.8 Variabel Penelitian.....	28
3.9 Konsep Operasional	28
BAB IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	31
4.1 Keadaan Geografis.....	31

4.2 Keadaan Umum Rumah Ayam Alhamdulillah	32
4.3 Struktur Organisasi Rumah Ayam Alhamdulillah	33
BAB V. GAMBARAN UMUM RESPONDEN.....	35
5.1 Umur	35
5.2 Jenis Kelamin.....	36
5.3 Pekerjaan.....	37
5.4 Tingkat Pendidikan	38
5.5 Jumlah Tanggungan Keluarga.....	39
5.6 Pendapatan	40
BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
6.1 Analisis Deskriptif Kualitas Produk Ayam Broiler	42
6.2 Analisis Deskriptif Kualitas Layanan	46
6.3 Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen	57
6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
6.5 Analisis Determinasi	60
6.6 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan	60
6.7 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	61
6.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	62
6.9 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen	63
6.10 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen	64
BAB VII. PENUTUP	
7.1 Kesimpulan	66
7.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	73
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Hasil Penelitian Terdahulu	16
2. Penilaian Skala Likert	22
3. Variabel Penelitian	28
4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	35
5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	39
8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga	40
9. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	41
10. Penilaian Kualitas Produk Ayam Broiler	42
11. Penilaian Kualitas Layanan	46
12. Penilaian Loyalitas Konsumen	57
13. Koefisien Regresi	59
14. Uji Determinasi	60
15. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	61
16. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	62

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	17
2. Struktur Organisasi Rumah Ayam Alhamdulillah.....	33

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Subsektor peternakan memiliki peranan yang cukup besar terhadap perekonomian di Indonesia. Hal ini didukung dengan jumlah penduduk Indonesia yang semakin lama semakin bertambah dan berkorelasi positif dengan kebutuhan protein hewani yang semakin meningkat. Seiring dengan semakin modernnya perkembangan zaman, sehingga timbul berbagai macam usaha yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Aryani dan Jember (2019) menyatakan bahwa kebutuhan manusia akan protein hewani mendorong pesatnya permintaan di pasaran akan produksi daging. Jenis makanan yang mengandung sumber protein hewani tinggi dapat diperoleh dari daging, seperti daging ayam, daging sapi, daging kambing dan lain sebagainya.

Daging ayam broiler merupakan salah satu produk dari subsektor peternakan yang produksinya semakin meningkat dikarenakan harus mengimbangi jumlah permintaan daging ayam broiler yang semakin meningkat. Menurut data BPS Indonesia (2022), pada awal tahun 2021 produksi daging ayam broiler pada Provinsi Sulawesi Selatan hanya 102.443,75 ton dan meningkat menjadi 29% pada tahun 2022. Adapun rata-rata konsumsi daging ayam broiler masyarakat Kota Makassar sebesar 9,699 kg/kapita/minggu. Peningkatan konsumsi daging ayam didukung dengan peningkatan pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi protein hewani.

Besarnya permintaan daging ayam broiler memunculkan persaingan antar pelaku usaha. Para pelaku usaha berlomba-lomba untuk menyediakan produk ayam broiler dalam memenuhi permintaan yang semakin meningkat. Persaingan usaha terjadi pada dua pelaku usaha atau lebih yang memiliki komoditas produksi yang sama. Persaingan usaha menyebabkan inovasi baru dalam meningkatkan penjualan. Fenomena persaingan bisnis produk yang semakin ketat pada masa kini dapat dilihat dari banyaknya orang berkompetisi dalam mengolah bisnisnya. Salah satu *positioning* usaha yang menjadi penilaian pasar dalam persaingan bisnis adalah kualitas produk dan kualitas layanan (Widayatma dan Lestari, 2019).

Kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh pelaku usaha agar bisa tetap *survive* dalam bisnisnya. Dengan kata lain, jika mutu dari suatu produk dan pelayanan yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan maka kualitas produk dan kualitas layanan yang dipresepsikan akan memuaskan. Dengan kualitas produk yang baik dan kualitas layanan yang memadai, maka loyalitas konsumen akan terjadi. Konsep loyalitas lebih menerangkan pada perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat dilihat dari beberapa aspek dengan komitmen masing-masing konsumen. Komitmen konsumen dalam melakukan pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk tersebut sedang langka di pasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk tersebut kepada rekan, keluarga dan konsumen yang lain (Rosalina dkk., 2019).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini bisa dilihat pada penelitian Kasmad (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh

terhadap kualitas pembelian dan loyalitas konsumen. Pengukuran kualitas produk ayam broiler diukur berdasarkan standar klasifikasi, persyaratan mutu, potongan ayam, pengemasan, pelabelan dan penyimpanan daging ayam dengan acuan normatif SNI 2897:2008. Peningkatan kualitas produk dilakukan agar terjadi kenaikan penjualan dan berkurangnya keluhan konsumen. Selain itu, kualitas layanan karyawan terhadap konsumen berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan konsumen. Dalam upaya meningkatkan layanan, perusahaan menciptakan standar layanan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, proaktif dan optimal sehingga menimbulkan kesan *excellence*. Dengan kualitas produk yang baik dan layanan yang sesuai maka loyalitas konsumen akan terjadi.

Rumah Ayam Alhamdulillah merupakan salah satu usaha dagang mandiri dalam penyediaan ayam broiler segar yang berada di Kota Makassar. Rumah Ayam Alhamdulillah berada di sekitar daerah Pasar Daya Kota Makassar dan memiliki persaingan yang cukup banyak dengan pelaku usaha lainnya dalam penyediaan ayam broiler segar. Usaha dagang ini beroperasi sejak tahun 2004 yang didirikan oleh H. Rosihan. Rumah Ayam Alhamdulillah menyediakan ayam yang segar dan telah mendapatkan sertifikat Halal. Oleh karena itu, kualitas produk daging ayam broiler segar pada Rumah Ayam Alhamdulillah sudah tidak diragukan lagi dengan layanan yang cukup memadai.

Kualitas produk dan kualitas layanan juga menjadi perhatian bagi Rumah Ayam Alhamdulillah dalam rangka menjaga agar konsumen itu dapat memenuhi kebutuhannya dan terlayani dengan baik sehingga loyal pada tempat tersebut di tengah banyaknya persaingan pelaku usaha di sekitarnya. Kualitas produk ayam broiler yang baik dan kualitas layanan yang terpenuhi akan meningkatkan

loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen akan meningkatkan penjualan dari suatu pelaku usaha. Pada Rumah Ayam Alhamdulillah telah mengalami kenaikan omzet penjualan. Hal ini dapat dilihat omzet penjualan pada tahun 2022 sebesar Rp 135.000.000 dengan penjualan 100-150 ekor/hari dan mengalami kenaikan omzet penjualan pada tahun 2023 sebesar Rp 337.000.000 dengan penjualan 200-300 ekor/hari.

Mencermati fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk ayam broiler dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di Rumah Ayam Alhamdulillah. Peneliti memilih Rumah Ayam Alhamdulillah untuk melihat alasan konsumen tetap loyal pada Rumah Ayam Alhamdulillah sebagai tempat pemenuhan kebutuhan daging ayam masyarakat di tengah banyak persaingan di sekitar tempat tersebut. Berdasarkan alasan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk Ayam Broiler dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Rumah Ayam Alhamdulillah Kelurahan Daya Kota Makassar)”**.

Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yakni apakah kualitas produk ayam broiler dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Rumah Ayam Alhamdulillah.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk ayam broiler dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di Rumah Ayam Alhamdulillah.

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi peneliti, peneliti diharapkan untuk mengetahui lebih rinci mengenai pengaruh kualitas produk ayam broiler dan kualitas layanan sebagai salah satu akses loyalitas konsumen.
2. Bagi pihak pelaku usaha, sebagai bahan evaluasi agar dapat meningkatkan kualitas produk ayam broiler dan kualitas layanan pada usaha serta mempertahankan loyalitas konsumen.
3. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat menjadi acuan dan pengetahuan untuk penelitian mengenai kualitas produk ayam broiler dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Daging Ayam Broiler

Kegiatan usaha yang menarik dikaji di subsektor peternakan adalah usaha agribisnis ayam broiler. Ayam broiler merupakan salah satu komoditi peternakan yang cukup menjanjikan karena periode produksinya yang cukup cepat untuk kebutuhan pasar dibandingkan dengan produk ternak lainnya. Keunggulan ayam broiler antara lain pertumbuhan yang sangat cepat dengan bobot badan yang tinggi dalam waktu yang relatif pendek, konversi pakan kecil, siap dipotong pada usia muda antara umur 4-6 minggu serta menghasilkan kualitas daging berserat lunak. Daging ayam broiler termasuk salah satu penghasil protein hewani asal ternak dengan harga yang relatif lebih murah daripada daging kambing dan sapi. Hal inilah yang membuat masyarakat cenderung lebih suka dengan daging ayam broiler (Simanjuntak, 2018).

Perkembangan peternakan ayam di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir semakin meningkat dan banyak menciptakan peluang bisnis. Badan Pusat Statistik (2022) mencatat, jumlah produksi ayam broiler di Indonesia sebanyak 3,43 juta ton pada 2021. Jumlah produksi ayam broiler ini naik 6,43% dibanding tahun sebelumnya yang sebanyak 3,22 juta ton. Kebutuhan ayam broiler di Indonesia sangat besar dan cenderung jumlahnya meningkat dalam tiap tahunnya. Peningkatan produksi tidak lepas dari peningkatan konsumsi daging ayam broiler di Indonesia. Peningkatan konsumsi bisa disebabkan oleh peningkatan pendapatan

masyarakat, pendidikan dan pengetahuan akan manfaat mengonsumsi protein hewani berupa daging ayam broiler. Berdasarkan hal tersebut, permintaan daging ayam broiler di Indonesia juga akan meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat akan kebutuhan protein daging ayam broiler (Julianus, 2023).

Dalam mencukupi kebutuhan pangan hewani di masa mendatang ini, pelaku usaha di bidang peternakan mesti melakukan penambahan produksi. Selain penambahan produksi, para pelaku usaha juga harus selektif dalam memenuhi dan memuaskan pelanggan. Pemilihan atribut atau standar produk daging ayam broiler berkaitan dengan tingkat kepentingan dan kesesuaian produk yang dianggap dapat memuaskan keinginan konsumen. Pemahaman terhadap atribut yang menjadi pilihan konsumen akan memudahkan para produsen untuk memberikan perhatian lebih terhadap atribut tersebut, sehingga dapat mengubah dan membentuk sikap konsumen lebih positif terhadap daging ayam broiler. Atribut pada produk daging ayam broiler terdiri dari warna daging, warna kulit, kekenyalan daging, aroma daging dan bobot daging (Simarmata dkk., 2019).

2.2 Tinjauan Umum Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Bagi konsumen, hal utama yang harus diperhatikan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Meskipun menurut produsennya, barang yang

dihasilkannya sudah melalui prosedur kerja yang cukup baik, namun belum mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, maka kualitas produk yang dihasilkan oleh produsen tersebut tetap dinilai sebagai suatu produk yang memiliki kualitas yang rendah. Di samping harus mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, baik buruknya kualitas barang yang dihasilkan juga dapat dilihat dari konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat (Fadillah dkk., 2023).

Kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kotler and Armstrong (2013) menyatakan bahwa kualitas produk sebagai *“The ability of a product to perform its functions. It includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”*. Artinya kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Produk yang ditawarkan setiap pelaku usaha akan berbeda dan pasti mempunyai karakteristik yang membedakan produk itu dengan produk pesaing walaupun jenis produknya sama sehingga produk itu memiliki keunikan, keistimewaan dan keunggulan dalam meraih pasar yang ditargetkan (Amalia, 2023).

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan *benefits* bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa produk ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Menurut Winasis dkk (2022), dimensi kualitas produk secara umum terdiri atas :

1. *Performance* (kinerja), yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi pokok dari sebuah produk yang dibeli.
2. *Features* (fitur), yaitu karakteristik pelengkap produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk dan menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
3. *Reliability* (reliabilitas), yaitu probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Hal ini dapat dilihat dari kemungkinan kecil produk akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability* (daya tahan), yaitu berapa lama produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi dan penanganan keluhan secara memuaskan.
7. *Aesthetics* (estetika), yaitu berhubungan daya tarik produk yang dinilai dari panca indera. Hal ini dapat dilihat dari rasa, bau dan bentuk produk.
8. *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Konsumen semakin selektif dalam menentukan pilihan saat membeli produk dengan memperhatikan pemilihan atribut. Pemilihan atribut berkaitan dengan tingkat kepentingan dan kesesuaian produk yang dianggap dapat memuaskan keinginan konsumen. Dimensi kualitas produk pada produk peternakan seperti ayam broiler segar tentu berbeda dengan dimensi kualitas produk secara umum. Menurut Ismanto dan Julianda (2018), atribut yang dinilai pada kualitas ayam broiler segar adalah warna, bobot, aroma, kebersihan kulit dan harga.

1. Atribut Warna

Atribut warna merupakan hal yang paling penting dan mudah diamati bagi para konsumen dalam memilih karkas ayam broiler segar. Hal tersebut dikarenakan atribut ini dapat diamati secara langsung. Umumnya, karkas ayam broiler segar memiliki warna kulit putih cerah kekuningan dan warna daging putih kemerahan mengkilat. Konsumen menganggap bahwa karkas ayam yang dipasarkan dan memiliki warna tersebut mencerminkan karkas tersebut berkualitas baik.

2. Atribut Bobot Karkas

Atribut bobot karkas menjadi faktor yang dianggap penting bagi sebagian besar konsumen karena bobot yang sesuai dengan keinginan menjadi bahan pertimbangan konsumen agar pemenuhan konsumsi keluarga terhadap daging ayam dapat terpenuhi. Biasanya, konsumen dalam membeli ayam broiler memilih bobot hidup pada saat melakukan pembelian. Berdasarkan Standar Nasional Indonesia (2009), bobot karkas ayam broiler terbagi menjadi 3 ukuran yakni

ukuran kecil yang berbobot < 1,0 kg, ukuran sedang 1,0 kg sampai dengan 1,3 kg dan ukuran besar dengan bobot > 1,3 kg.

3. Atribut Aroma

Aroma karkas ayam broiler segar mengindikasikan baik atau tidaknya kualitas daging ayam broiler. Apabila aroma daging ayam pedaging masih segar dapat diketahui bahwa daging tersebut masih baru, segar, dan sehat. Namun, jika beraroma menyengat atau busuk berarti daging tersebut sudah tidak layak dikonsumsi.

4. Atribut Kebersihan Kulit

Kebersihan kulit karkas ayam broiler segar dapat dilihat dengan kulit karkas yang bersih dari bulu tunas dan bulu-bulu jarum. Kebersihan kulit dipengaruhi saat pemotongan. Kebersihan kulit karkas ayam pedaging terjaga, tidak ada memar, goresan dan sobekan mengindikasikan bahwa karkas ayam mendapatkan perlakuan yang baik dan tepat pada saat pemotongan.

5. Atribut Harga

Karkas yang segar dan besar akan lebih menarik perhatian konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli karkas tersebut dengan harga yang menurut konsumen wajar dan terjangkau.

2.3 Tinjauan Umum Kualitas Layanan

Kualitas layanan didefinisikan sebagai segala bentuk penyelenggaraan pelayanan yang diberikan secara maksimal oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Mengukur kualitas layanan dapat dilakukan dengan membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang mereka terima dengan yang diharapkan terhadap suatu perusahaan. Jika jasa layanan yang diterima konsumen melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan baik. Sebaliknya jika jasa yang diterima tidak sesuai harapan atau ekspektasi, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk (Jienardy, 2017).

Kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan. Apabila layanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah dari harapan konsumen maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang buruk (Baihaky dkk., 2022).

Dimensi pengukuran kualitas layanan (*Servqual*) adalah suatu item ringkas dengan reliabilitas dan validitas yang tinggi yang dapat digunakan untuk memahami persepsi dan harapan kualitas layanan dari konsumen. Sebagai hasilnya, dapat digunakan untuk merancang peningkatan kualitas layanan. Menurut Sahanggamu (2015), ada lima dimensi kualitas layanan (*Servqual*) antara lain :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Kemampuan pelaku usaha dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dalam memberikan pelayanan. Setiap orang yang menginginkan layanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik

yang ditunjukkan oleh pengembang layanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kenyamanan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan pelaku usaha untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat dan akurat. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berkaitan dengan ketepatan waktu dalam melayani, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan dan akurasi yang tinggi.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemampuan pelaku usaha untuk tanggap membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan akan diberikan dan kemudian memberikan pelayanan secara cepat. Selain itu, karyawan juga dapat cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen. Perusahaan juga perlu cepat tanggap menangkap perubahan yang terjadi dalam pasar, teknologi, peralatan dan perilaku konsumen.

4. Jaminan (*Assurance*)

Perilaku para karyawan pelaku usaha mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

5. Empati (*Empathy*)

Empati dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan

melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut.

2.4 Tinjauan Umum Loyalitas Konsumen

Loyalitas merupakan komitmen yang kuat untuk membeli kembali produk atau layanan yang disukai di masa depan secara konsisten meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan ke produk atau tempat yang lain. Loyalitas dapat terbentuk karena ada kepuasan terhadap kualitas produk, kualitas layanan dan harga yang wajar dari suatu produk. Pelanggan yang loyal tidak hanya membeli produk secara berulang-ulang, tetapi juga berkomitmen dan menunjukkan sikap positif terhadap perusahaan. Suatu bisnis dapat dikatakan sukses jika mampu memperoleh, mempertahankan dan menumbuhkan rasa loyalitas dari pelanggan (Zaputera dkk., 2019).

Loyalitas konsumen sangat penting bagi suatu perusahaan baik jasa maupun produk untuk meningkatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Mempertahankan pelanggan yang loyal berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup usaha. Apabila konsumen tidak loyal terhadap produk suatu perusahaan, maka dipastikan mereka akan berpaling ke produk lain dan tempat lain. Dalam mempertahankan loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik dan diharapkan sehingga membuat pelanggan kembali untuk melakukan transaksi. Selain itu, konsumen perlu merasakan kesesuaian dengan kualitas produk dan cenderung membeli produk yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya. Dengan kata lain, pembuatan produk harus berorientasi pada apa yang diinginkan pasar atau

preferensi pelanggan, seperti produk berkualitas tinggi. Konsumen akan puas jika produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi (Woen dan Santoso, 2021).

Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan produk tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Menurut Rahayu dan Syafe'i (2022), adapun indikator penilaian *customer loyalty* terdiri atas :

1. *Repeat Purchase*, indikator ini menunjukkan adanya kesetiaan pembelian ulang atau pembelian berkala terhadap suatu produk. Pembelian secara berulang yang dilakukan pelanggan menunjukkan adanya keterikatan dan dapat mengukur nilai kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan.
2. *Retention*, ketahanan loyalitas pelanggan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan. Pelanggan yang ketahanan loyalitasnya seperti ini tidak terpengaruh oleh adanya produk-produk lain yang dapat dikatakan jauh lebih murah, fiturnya lebih banyak dan lain-lain.
3. *Referalls*, mereferensikan secara total eksistensi perusahaan. Pelanggan dalam situasi ini mampu dan mau merekomendasikan produk terhadap orang-orang terdekat yang berada di sekitar lingkungannya.

2.5 Hasil Penelitian Terdahulu

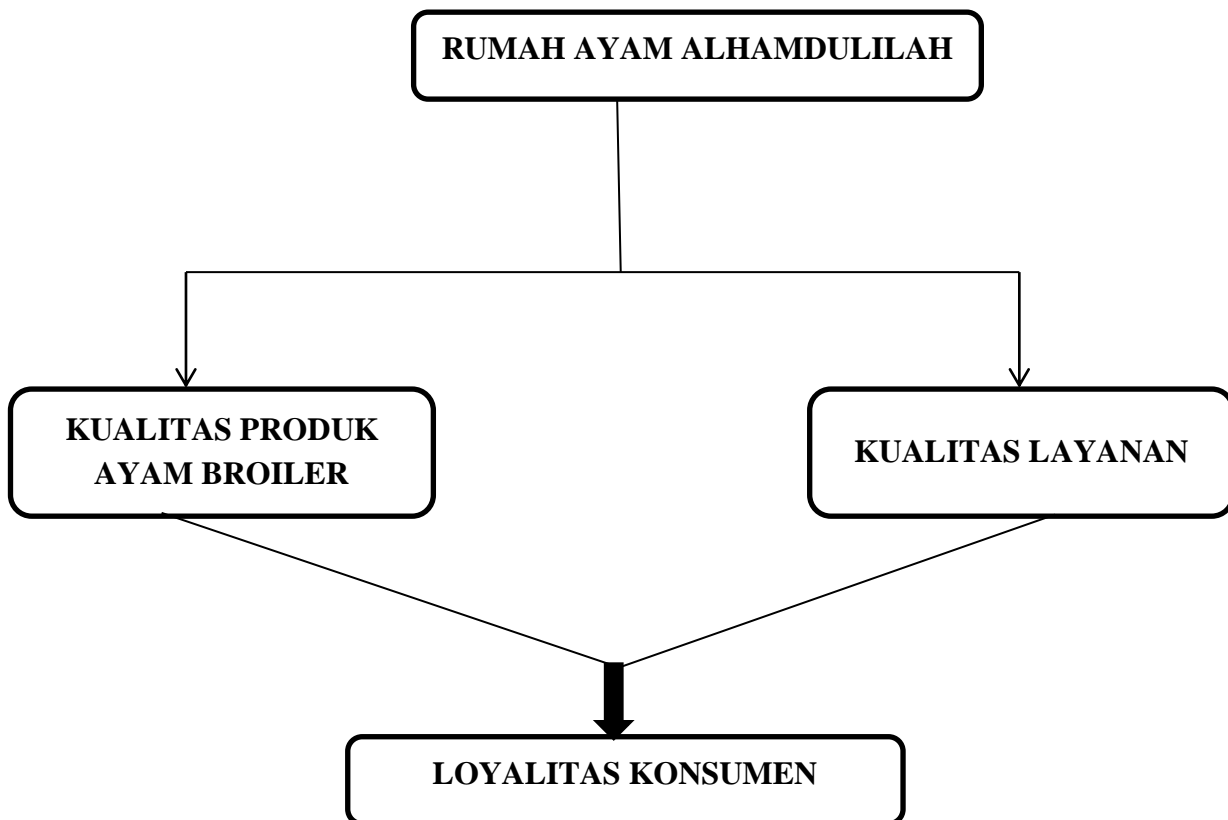
Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen sudah banyak dilakukan dan akan dilakukan pengkajian dari penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Trianah dkk (2021)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyaitas pelanggan	Secara parsial dari hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,199 atau 19,9% dan signifikan.Sedangkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,173 atau 17,3% dan tidak signifikan.
2.	Kasmad (2022)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian yang berdampak pada Loyalitas Konsumen Pedagang Ayam Potong di Pasar Wilayah Tangerang Selatan Produksi PT. Ra Chick Tangerang Selatan	Kualitas produk berpengaruh simetris terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan, kualitas layanan berpengaruh asimetris terhadap loyalitas konsumen.
3.	Dien dkk (2016)	Pengaruh kualitas produk, tampilan fisik dan mutu layanan terhadap loyalitas pelanggan di RM Ayam Kuning Lalapan Jogja	Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di RM Ayam Kuning Lalapan Jogja. Mutu Layanan secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di RM Ayam Kuning Lalapan Jogja.

2.6 Kerangka Pemikiran

Rumah Ayam Alhamdulillah merupakan usaha dagang mandiri yang bergerak dalam penyediaan ayam broiler segar. Rumah Ayam Alhamdulillah berada pada lokasi yang strategis sehingga konsumen lebih mudah dalam memenuhi kebutuhannya dan lebih mudah dijangkau. Loyalitas konsumen merupakan salah satu harapan yang diharapkan oleh setiap pelaku usaha di tengah persaingan yang semakin tinggi. Konsumen akan loyal apabila kualitas produk ayam broiler baik dan kualitas pelayanan sudah memadai. Adapun kerangka pemikiran pengaruh kualitas produk ayam broiler dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian. Berdasarkan perumusan masalah dan landasan teori, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Kualitas produk ayam broiler berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Rumah Ayam Alhamdulillah.
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Rumah Ayam Alhamdulillah.