
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Kondumen di Gudeg Yu Djum Pusat, Yogyakarta

Azhar Muhammad Furqon, Mohammad Syaltut Abduh, Florensia Herienda
Institut Pariwisata Trisakti
*msabduh@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality on consumer loyalty at Gudeg Yu Djum Pusat, Yogyakarta. The research method used was a quantitative approach with data collection conducted through questionnaires distributed to 100 respondents. Data analysis was carried out using validity tests, reliability tests, descriptive analysis, coefficient of determination, and simple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 27. The results showed that product quality had an average score of 3.44, which falls into the very good category, with taste being the most dominant indicator. Meanwhile, consumer loyalty had an average score of 3.46, which was also categorized as very good. Statistical test results indicated that product quality had a significant effect on consumer loyalty, contributing 98.3%. This shows that the better the product quality offered, the higher the level of consumer loyalty. The conclusion of this study is that product quality is the main factor in increasing consumer loyalty. Therefore, it is recommended that Gudeg Yu Djum maintain its taste quality while improving aspects of color and texture, as well as develop marketing strategies to encourage repeat purchases by consumers.

Keywords: *product quality, consumer loyalty, culinary business, Gudeg Yu Djum, Yogyakarta*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Gudeg Yu Djum Pusat, Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, koefisien determinasi, serta uji regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai rata-rata sebesar 3,44 yang termasuk dalam kategori sangat baik, dengan indikator rasa sebagai faktor paling dominan. Sementara itu, loyalitas konsumen memiliki nilai rata-rata sebesar 3,46 yang juga berada dalam kategori sangat baik. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kontribusi sebesar 98,3%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk menjadi faktor utama dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, disarankan agar Gudeg Yu Djum mempertahankan kualitas rasa serta meningkatkan aspek warna dan tekstur, serta mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan pembelian ulang konsumen.

Kata Kunci: kualitas produk, loyalitas konsumen, kuliner, Gudeg Yu Djum, Yogyakarta

PENDAHULUAN

Perkembangan kuliner tradisional Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan sebagai bagian dari daya tarik pariwisata dan identitas budaya nasional. Keberagaman kuliner yang kaya akan rempah dan teknik pengolahan menjadi ciri khas yang membedakan Indonesia dari negara lain (Rahmawaty et al., n.d.; Siwi & Tyas, 2017). Selain itu, kuliner tradisional kini semakin dikenal di tingkat internasional dan diminati wisatawan, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan sektor pariwisata (Puspitalova, 2023). Salah satu contohnya adalah gudeg sebagai ikon kuliner Yogyakarta yang tidak hanya memiliki nilai cita rasa, tetapi juga nilai historis dan budaya yang kuat (Khairani, 2023). Fenomena meningkatnya minat terhadap kuliner tradisional ini menunjukkan bahwa makanan tidak lagi sekadar kebutuhan konsumsi, melainkan juga pengalaman budaya yang mampu menarik loyalitas wisatawan dan konsumen.

Meskipun kuliner tradisional seperti gudeg memiliki daya tarik yang kuat, terdapat permasalahan terkait bagaimana kualitas produk memengaruhi loyalitas konsumen, khususnya pada Gudeg Yu Djum Pusat di Yogyakarta. Hingga saat ini, belum diketahui secara pasti bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan serta bagaimana tingkat loyalitas mereka setelah melakukan pembelian. Selain itu, hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen masih belum terukur secara empiris dalam konteks usaha kuliner tradisional spesifik ini. Hal ini menjadi penting karena kualitas produk yang tidak konsisten dapat menurunkan kepuasan dan berdampak pada berkurangnya minat pembelian ulang oleh konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas peran kuliner tradisional dalam budaya dan pariwisata, seperti Rahmawaty et al. (n.d.) yang menekankan pentingnya kuliner sebagai bagian dari identitas budaya, serta Siwi & Tyas (2017) yang mengkaji makanan tradisional sebagai ciri khas masyarakat. Selain itu, Puspitalova (2023) lebih menyoroti keberagaman teknik pengolahan kuliner Indonesia dalam mendukung daya tarik wisata. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen pada usaha kuliner tertentu. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan fokus pada analisis empiris pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Gudeg Yu Djum Pusat di Yogyakarta, sehingga memberikan pendekatan yang lebih spesifik dan terukur dibandingkan penelitian sebelumnya.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang menghubungkan variabel kualitas produk dengan loyalitas konsumen dalam konteks kuliner tradisional spesifik, yaitu Gudeg Yu Djum Pusat di Yogyakarta. Penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek budaya atau keberagaman kuliner secara umum, tetapi juga menekankan pada analisis perilaku konsumen melalui pendekatan kuantitatif. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi praktis dengan menghadirkan data empiris yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan kualitas produk guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru yang mengintegrasikan aspek budaya kuliner dengan strategi bisnis berbasis kualitas produk.

TINJAUAN PUSTAKA

Gudeg

Gudeg merupakan kuliner khas Yogyakarta yang memiliki nilai historis dan budaya yang kuat serta menjadi identitas masyarakat setempat. Hidangan ini terbuat dari nangka muda yang dimasak dengan santan dan rempah-rempah melalui proses “hangudeg” yang mencerminkan kesabaran dan ketelatenan masyarakat Jawa. Seiring perkembangan

waktu, gudeg tidak hanya menjadi makanan tradisional, tetapi juga daya tarik wisata kuliner yang dikenal luas hingga mancanegara. Hal ini sejalan dengan penelitian Khairani (2023) yang menyatakan bahwa gudeg memiliki nilai historis sejak masa Kesultanan Mataram, serta Puspitalova (2023) yang menegaskan bahwa kuliner tradisional berperan penting dalam meningkatkan daya tarik pariwisata. Dengan demikian, gudeg tidak hanya berfungsi sebagai makanan, tetapi juga sebagai representasi budaya dan daya tarik ekonomi daerah.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Assauri (2009) dalam Cesariana et al. (n.d.) menyatakan bahwa kualitas produk berkaitan dengan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, sedangkan Winasis et al. (2022) menegaskan bahwa kualitas mencakup karakteristik yang mampu memenuhi kebutuhan baik yang dinyatakan maupun tersirat. Selain itu, Mowen dan Minor (2002) dalam Bahar & Sjahruddin (2015) melihat kualitas sebagai penilaian menyeluruh konsumen terhadap keunggulan produk. Indikator kualitas produk menurut Garvin (1987) dalam Muttaqin (2024) meliputi kinerja, fitur, kehandalan, daya tahan, persepsi kualitas, dan estetika, sedangkan Margaretha dan Edwin (2012) dalam Hutasuhut (2019) menambahkan indikator khusus pada produk makanan seperti warna, tekstur, dan rasa. Penelitian Winasis et al. (2022) serta Putri et al. (2021) juga menegaskan bahwa kehandalan dan persepsi kualitas menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan konsumen.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk atau merek secara konsisten dalam jangka panjang. Sutisna (2003) dalam Sofiati et al. (2018) mendefinisikan loyalitas sebagai sikap positif yang tercermin dalam perilaku pembelian berulang, sedangkan Tjiptono (2004) dalam Sofiati et al. (2018) menekankan bahwa loyalitas didasarkan pada pengalaman positif konsumen terhadap produk. Penelitian Bali (2022) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas melalui pembelian ulang. Selain itu, Kotler & Keller dalam Winata et al. (n.d.) mengemukakan bahwa loyalitas konsumen dapat diukur melalui tiga indikator utama yaitu pembelian ulang, retensi terhadap produk, dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini diperkuat oleh Nurdiana et al. (2020) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan produk.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek perilaku konsumen. Suprayogi (2020) menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh sebesar 77% terhadap keputusan pembelian, dengan kualitas memberikan kontribusi terbesar. Noviyanti (2018) serta Pratama (2018) juga membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, Nugroho (2011) menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan kontribusi lebih besar dibandingkan harga dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian Aries (2018) menambahkan bahwa faktor komunikasi seperti word of mouth juga memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian tersebut menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan dan perilaku konsumen, namun

masih jarang yang secara spesifik mengkaji hubungan langsung antara kualitas produk dan loyalitas konsumen pada konteks kuliner tradisional seperti gudeg, sehingga penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deduktif, yaitu menjelaskan fenomena berdasarkan teori yang telah ada kemudian diuji melalui data empiris. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana karena hanya melibatkan satu variabel bebas yaitu kualitas produk (X) dan satu variabel terikat yaitu loyalitas konsumen (Y). Pendekatan ini dipilih untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Gudeg Yu Djum Pusat di Yogyakarta secara terukur dan sistematis.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian ulang di Gudeg Yu Djum Pusat, Yogyakarta, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu, penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sampel tersebut dianggap telah mewakili populasi untuk memberikan gambaran yang akurat terkait penelitian yang dilakukan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang pernah membeli dan melakukan pembelian ulang di Gudeg Yu Djum Pusat, sehingga responden yang dipilih benar-benar relevan dengan tujuan penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert kepada responden, wawancara dengan pihak manajemen Gudeg Yu Djum Pusat, serta observasi langsung di lokasi penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan untuk mendukung analisis penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dengan beberapa tahap, yaitu uji validitas untuk mengukur ketepatan instrumen penelitian, uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi instrumen, uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk secara individu terhadap loyalitas konsumen, serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh variabel secara bersama-sama. Selain itu, digunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji hubungan antara variabel kualitas produk dan loyalitas konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	48	48%
	Perempuan	52	52%
Usia	17-20 tahun	19	19%
	21-25 tahun	37	37%
	26-30 tahun	29	29%

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
	>30 tahun	15	15%
Pendapatan	< Rp500.000	23	23%
	Rp1-2 juta	12	12%
	Rp2,5-3 juta	19	19%
	> Rp3 juta	46	46%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	34	34%
	Pegawai Negeri	20	20%
	Pegawai Swasta	32	32%
	Wirausaha	14	14%
Domisili	Yogyakarta	56	56%
	Luar Yogyakarta	44	44%
Frekuensi Kunjungan	1 kali	19	19%
	2 kali	31	31%
	3 kali	36	36%
	>3 kali	14	14%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden adalah perempuan (52%) dan berada pada rentang usia 21-25 tahun (37%), yang menunjukkan dominasi kelompok usia muda. Sebagian besar responden memiliki pendapatan di atas Rp3.000.000 (46%) dan didominasi oleh pelajar/mahasiswa (34%). Dari segi domisili, mayoritas berasal dari Yogyakarta (56%), serta frekuensi kunjungan terbanyak adalah 3 kali dalam sebulan (36%). Hal ini menunjukkan bahwa Gudeg Yu Djum memiliki daya tarik yang kuat khususnya bagi kalangan muda dan pelanggan lokal.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X)	15	>0,90	0,195	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)	9	>0,91	0,195	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas produk dan loyalitas konsumen memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,195). Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,992	Reliabel
Loyalitas Konsumen	0,987	Reliabel
Total	0,995	Reliabel

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai Cronbach Alpha seluruh variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat

disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi dan dapat dipercaya (reliabel).

Tabel 4. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,991	0,983	0,982

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai R Square sebesar 0,983 menunjukkan bahwa 98,3% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, sedangkan 1,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hal ini menunjukkan kontribusi yang sangat besar dari kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Tabel 5. Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk Loyalitas Konsumen	74,513	1,984	0,000	Signifikan

Nilai t hitung (74,513) lebih besar dari t tabel (1,984) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung yang sangat tinggi dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Gudeg Yu Djum, maka semakin tinggi tingkat loyalitas konsumennya.

Kualitas produk yang dimaksud meliputi warna, porsi, aroma, tekstur, dan rasa. Dari hasil analisis deskriptif, indikator rasa memiliki nilai rata-rata tertinggi, yang menunjukkan bahwa rasa menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk kembali membeli. Selain itu, konsistensi rasa dan penggunaan bahan baku berkualitas juga memperkuat persepsi positif konsumen terhadap produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian oleh Tjiptono (2015) juga menyebutkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam menciptakan loyalitas pelanggan dalam industri jasa dan kuliner.

Penelitian lain oleh Suryani (2013) menunjukkan bahwa konsumen yang puas terhadap kualitas produk cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan temuan dalam penelitian ini, di mana indikator loyalitas seperti repeat purchase, retention, dan referrals menunjukkan nilai yang tinggi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian (H1) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima. Gudeg Yu Djum berhasil mempertahankan kualitas produknya secara konsisten, sehingga mampu menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk di Gudeg Yu Djum Pusat, Yogyakarta berada dalam kategori sangat baik

dengan nilai rata-rata sebesar 3,44, di mana indikator rasa menjadi aspek paling dominan yang memengaruhi persepsi konsumen. Loyalitas konsumen juga menunjukkan kategori sangat baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,46, terutama pada indikator retention dan referrals yang mencerminkan kepuasan serta kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kontribusi sebesar 98,3%, yang berarti semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen. Dengan demikian, kualitas produk menjadi faktor utama dalam mempertahankan pelanggan serta meningkatkan daya saing Gudeg Yu Djum sebagai kuliner khas Yogyakarta.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Gudeg Yu Djum Pusat, Yogyakarta terus mempertahankan kualitas rasa yang menjadi keunggulan utama, serta meningkatkan aspek warna dan tekstur produk yang masih memiliki penilaian relatif lebih rendah agar pengalaman konsumen semakin optimal. Selain itu, untuk meningkatkan loyalitas konsumen khususnya dalam aspek pembelian ulang (repeat buy), pihak pengelola dapat mengembangkan strategi seperti program loyalitas, promo khusus pelanggan tetap, serta menjaga konsistensi kualitas dan pelayanan. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Konsistensi, P., Rasa, C., Harga, D., Himajas, P., Konsumen, B., Pembelian, M., Maitsa, U., & Faiha, N. (2022). The Effect of Consistency of Taste and Price of HIMAJAS Products for Consumers to Make Repeat Purchases. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, 3(3), 6–13. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Nurdiana, K., Suyudi, S., & Nuryaman, H. (2020). Preferensi Konsumen Terhadap Buah Pepaya California di Pasar Banjar. *Jurnal Agristan*, 2(1). <https://doi.org/10.37058/ja.v2i1.2347>
- Rahmawaty, U., & Maharani, Y. (2013). Pelestarian Budaya Indonesia Melalui Pembangunan Fasilitas Pusat Jajanan Tradisional Jawa Barat. *Interior Design*, 2(1), 1-8.
- Siwi, A., & Tyas, P. (2017). Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(2). <https://doi.org/10.22146/jpt.24970>
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Impact Of Service Quality On Consumer Loyalty. 8(2). <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1792>
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399–410. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4.957>
- Winata, A., & Fiqri, I. A. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(2), 133-149. <https://journal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/559>