

ABSTRAK

Essy Collection merupakan Perusahaan lokal di Cianjur yang bergelut di bidang fashion yang menjual beberapa jenis busana muslim yaitu: Gamis, tunik, gamis anak – anak, dan baju koko. Penjualan produk Essy Collection mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan. Keuntungan penjualan tertinggi terjadi pada bulan April yaitu sebesar Rp. 280.567.981 rupiah. Hasil penelitian di Essy Collection, peneliti menemukan masalah yaitu terkait konsumen cenderung tidak melakukan pembelian ulang dan rekomendasi terhadap produk Essy Collection. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Essy Collection dan mengetahui hambatan - hambatan yang dihadapi serta usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk pada produk Essy Collection. Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah nonpartisipan, wawancara terstruktur, dan penyebaran angket kepada 60 responden. Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap minat beli ulang sebesar 50,1%. Sisanya sebesar 49,9% ditentukan oleh faktor lain diluar penelitian. Perusahaan masih kekurangan design Busana terbaru untuk menciptakan produk busana muslim yang lebih modern. Perusahaan membuat model terbaru busana muslim dan mengaplikasikan aksesoris pada semua model busana dan aksesoris itu pun selain menjadi penghias juga bisa dimanfaatkan dan digunakan. Saran – saran yang dapat peneliti sampaikan yaitu Sebaiknya perusahaan lebih up to date lagi terhadap design busana muslimnya, tidak hanya dengan model saja, tetapi dari segi pemilihan warna dan kain busana sebaiknya lebih memilih warna warna yang di sukai oleh konsumen dan mengikuti jaman dan pangsa pasar mereka.

Kata Kunci : Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Essy Collection is a local company in Cianjur which is involved in the fashion sector which sells several types of Muslim clothing, namely: Gamis, tunics, children's robes, and koko clothes. Sales of Essy Collection products experienced significant increases and decreases. The highest sales profit occurred in April, namely Rp. 280,567,981 rupiah. As a result of research on the Essy Collection, researchers found a problem, namely that consumers tend not to make repeat purchases and recommendations for Essy Collection products. The aim of this research is to determine the effect of product quality on consumer loyalty to the Essy Collection and to find out the obstacles faced and the efforts made to improve product quality in Essy Collection products. The method used in this research is a descriptive method with a quantitative approach. The data collection techniques used were non-participant, structured interviews, and distributing questionnaires to 60 respondents. Based on the research results, there is a positive influence of product quality on repurchase interest of 50.1%. The remaining 49.9% was determined by other factors outside the research. The company still lacks the latest fashion designs to create more modern Muslim fashion products. The company makes the latest models of Muslim clothing and applies accessories to all clothing models and these accessories, apart from being decorative, can also be utilized and used. Suggestions that researchers can convey are that companies should be more up to date with their Muslim clothing designs, not only with models, but in terms of color and fabric selection, they should choose colors that consumers like and follow the times and market share. they.

Keywords: Product Quality and Consumer Loyalty

ABSTRAK

Essy Collection mangrupa hiji pausahaan lokal di Cianjur anu aub dina widang fashion anu ngajual sababaraha jenis busana muslim, nyaéta: Gamis, tunik, jubah barudak, jeung baju koko. Penjualan produk Essy Collection ngalaman paningkatan sareng panurunan anu signifikan. Keuntungan penjualan tertinggi terjadi pada bulan April, yaitu Rp. 280.567.981 rupiah. Hasil panalungtikan ngeunaan Essy Collection, panalungtik manggihan hiji masalah, nya éta konsumen condong teu ngalakukeun ulang purchases jeung rekomendasi pikeun produk Essy Collection. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh kualitas produk kana kasatiaan konsumen ka Essy Collection sarta pikeun mikanyaho halangan-halangan anu disanghareupan sarta usaha anu dilakukeun pikeun ngaronjatkeun kualitas produk dina produk Essy Collection. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta méthode déskriptif kalawan pamarekan kuantitatif. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta non-participant, wawancara terstruktur, jeung ngadistribusikaeun angkét ka 60 réspondén. Dumasar kana hasil panalungtikan, aya pangaruh positif kualitas produk kana minat beuli balik 50,1%. Sésana 49,9% ditangtukeun ku faktor séjén di luar panalungtikan. Pausahaan masih kakurangan desain fashion panganyarna pikeun nyieun produk fashion Muslim leuwih modern. Pausahaan nyieun model panganyarna tina pakean Muslim jeung nerapkeun asesoris ka sadaya model pakean jeung asesoris ieu, sajaba ti hiasan, ogé bisa dimangpaatkeun sarta dipaké. Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaéta pausahaan kudu leuwih up-to-date jeung desain busana muslimna, lain ukur modelna, tapi dina hal pilihan warna jeung lawon, kudu milih warna anu dipikaresep ku konsumen jeung nuturkeun jaman jeung pangsa pasarna. .

Konci: Kualitas Produk sareng Kasatiaan Konsumén