

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Layung Coffee & Roastery Bandung. Layung Coffee & Roastery merupakan kedai kopi yang didirikan pada tahun 2022 di Kota Bandung, yang mengusung konsep *specialty coffee* dan berkomitmen dalam menyajikan produk kopi berkualitas tinggi serta pengalaman pelayanan yang unggul kepada para pelanggannya. Sebagai pelaku usaha yang relatif baru namun berkembang pesat, Layung Coffee & Roastery telah melayani berbagai segmen pelanggan, mulai dari pecinta kopi profesional hingga konsumen umum yang mencari pengalaman ngopi yang otentik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis statistik deskriptif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diperoleh melalui teknik *nonprobability sampling*. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui uji T yang menunjukkan nilai *t hitung* sebesar 4,768 lebih besar dari *t tabel* sebesar 1,984, serta tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 18,8% terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan pada Layung Coffee & Roastery Bandung.

Temuan ini menekankan pentingnya upaya perusahaan dalam meningkatkan persepsi kualitas produk secara menyeluruh, memperkuat retensi pelanggan, serta mengembangkan strategi referral yang efektif untuk menciptakan ikatan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat memperkuat posisi mereka di tengah persaingan industri kopi yang semakin kompetitif di Kota Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of product quality on customer loyalty at Layung Coffee & Roastery Bandung. Established in 2022, Layung Coffee & Roastery is a coffee shop based in Bandung that adopts the specialty coffee concept and is committed to delivering high-quality coffee products along with excellent customer service. As a relatively new yet rapidly growing business, Layung Coffee & Roastery has served various customer segments, ranging from professional coffee enthusiasts to general consumers seeking an authentic coffee experience.

This research employs a quantitative approach with descriptive statistical analysis. The sample consists of 100 respondents selected through a non-probability sampling technique. Data analysis techniques include validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, and hypothesis testing using SPSS version 25.

The results show that product quality has a significant influence on customer loyalty. This is evidenced by the t-test result where the t-count value (4.768) is greater than the t-table value (1.984), with a significance level of 0.000, which is less than 0.05. Furthermore, the coefficient of determination indicates that product quality contributes 18.8% to customer loyalty at Layung Coffee & Roastery Bandung.

These findings highlight the importance for the company to improve the perceived overall quality of its products, strengthen customer retention efforts, and actively encourage customer referrals. By doing so, the company can establish stronger brand positioning and build long-term relationships with customers amid the increasingly competitive coffee industry in Bandung.

Keywords: Product Quality, Customer Loyalty.