

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Kualitas Produk dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen pada Industri Makanan dan Minuman Ringan di Masa Pandemi (Studi Kasus CV. Fatimah desa Macanbang kecamatan Gondang kabupaten Tulungagung).” Ditulis oleh Dyah Ayu Cahyaningtyas, NIM. 12402183119, dengan dosen pembimbing Refki Rusyadi, M. Pd. I.

Konteks penelitian ini didasari oleh adanya dampak atau pengaruh akibat pandemic bagi usaha CV. Fatimah. Dalam mempertahankan usahanya, CV. Fatimah menerapkan pengutamakan kualitas produk untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen baik yang dinyatakan atau yang tersirat. Loyalitas konsumen terjalin diakibatkan adanya rasa percaya terhadap produk tertentu.

Fokus pada penelitian ini: 1) Bagaimana kualitas produk bagi perusahaan. 2) Bagaimana dampak kualitas produk CV. Fatimah dalam mempertahankan loyalitas konsumen di masa pandemic.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi secara langsung. Data bersumber dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen CV. Fatimah desa Macanbang. Ada tiga metode yang digunakan dalam analisis data yaitu reduksi data, data display, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini: 1) Kualitas Produk bagi Perusahaan yaitu produk yang sesuai dengan standar perusahaan, standar harga pasar, rasa yang tidak berubah, sesuai dengan standar operasional prosedur, kemasan produk yang bersih, rapi, dan menarik. 2) Dampak Kualitas Produk CV. Fatimah dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen di Masa Pandemi yaitu kualitas produk mampu mempertahankan loyalitas konsumen pada dengan bukti bahwa indicator dari loyalitas konsumen telah terpenuhi dan juga turut terciptanya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Karena adanya kepercayaan terhadap perusahaan dan adanya ketertarikan pada produk yang ditawarkan. CV. Fatimah juga tetap memperhatikan permintaan pasar serta minat konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title "Product Quality in Maintaining Consumer Loyalty in the Food and Light Beverage Industry in a Pandemic Period (Case Study of CV. Fatimah, Macanbang village, Gondang sub-district, Tulungagung district)." Written by Dyah Ayu Cahyaningtyas, NIM. 12402183119, with the supervisor Refki Rusyadi, M. Pd. I.

The context of this research is based on the impact or effect of the pandemic on CV's business. Fatima. In maintaining its business, CV. Fatimah applies product quality priority to maintain consumer loyalty. Product quality is a characteristic of a product that depends on its ability to satisfy stated or implied consumer needs. Consumer loyalty is established due to a sense of trust in certain products.

Focus on this research: 1) How is the quality of the product for the company. 2) What is the impact of product quality on CV. Fatimah in maintaining consumer loyalty during the pandemic.

This study uses a qualitative approach. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and direct documentation. Data sourced from business owners, employees, and consumers of CV. Fatimah in the village of Macanbang. There are three methods used in data analysis, namely data reduction, data display, and drawing conclusions.

The results of this study: 1) Product quality for the company, namely products that are in accordance with company standards, market price standards, taste that does not change, in accordance with standard operating procedures, product packaging that is clean, neat, and attractive. 2) Impact of Product Quality CV. Fatimah in Maintaining Consumer Loyalty in the Pandemic Period, namely product quality is able to maintain consumer loyalty with evidence that the indicators of consumer loyalty have been met and also contribute to the creation of consumer confidence in the company. Because there is trust in the company and an interest in the products offered. CV. Fatimah also continues to pay attention to market demand and consumer interest.

Keywords: Consumer Loyalty, Product Quality