

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perdagangan bunga merupakan salah satu sektor usaha kecil yang tetap bertahan di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat. Bunga baik sebagai komoditas dekoratif maupun bagian dari tradisi budaya, memiliki nilai emosional dan simbolik yang membuat permintaannya relatif stabil dari waktu ke waktu.¹ Di banyak daerah, termasuk Kediri, keberadaan bunga tidak hanya dianggap sebagai produk estetis, melainkan juga sebagai bagian penting dari praktik keagamaan, acara sosial, dan kegiatan adat yang terus hidup di tengah masyarakat modern. Fenomena ini menunjukkan bahwa bunga memiliki fungsi sosial yang lebih luas, sehingga keberadaan para pedagang bunga memiliki peran tersendiri dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Data lapangan menunjukkan usaha bunga yang berskala kecil maupun menengah tidak hanya menghadapi dinamika pasar yang berubah, tetapi juga persaingan antarpengjual yang semakin ketat. Konsumen kini semakin kritis dalam memilih produk, terutama terkait kualitas, ketahanan, keharuman, dan tampilan bunga yang dibeli. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk dapat memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dan perilaku

¹ Kiven V. T. Rindengan dkk., "Array," *Jurnal Ilmiah Society* 1, no. 1 (2021), <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/36122>.

pembeli. Di antara berbagai faktor yang memengaruhi konsumen, kualitas produk sering kali menjadi penentu utama, karena bunga merupakan produk yang sangat bergantung pada kesegaran dan penanganan yang tepat.

Kualitas produk memiliki peranan yang sangat penting, terutama karena bunga merupakan produk yang mudah layu dan sensitif terhadap perubahan suhu. Berdasarkan kondisi di lapangan, kesalahan kecil dalam proses penyimpanan maupun perawatan bunga dapat berdampak langsung pada penurunan nilai jual. Kios bunga yang mampu menjaga kualitas produknya secara berkelanjutan menunjukkan adanya upaya sadar dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan. Kemampuan menjaga mutu produk tersebut tidak hanya mencerminkan profesionalitas pemilik usaha, tetapi juga menggambarkan pemahaman pelaku usaha terhadap kebutuhan dan harapan pasar yang mengutamakan kualitas bunga yang optimal.

Dari sisi akademik penelitian mengenai hubungan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan memang telah banyak dilakukan pada berbagai sektor, seperti produk makanan, minuman, maupun jasa. Namun, penelitian yang secara khusus menyoroti usaha tradisional seperti kios bunga tabur masih jarang ditemukan. Hal ini menunjukkan adanya research gap yang dapat diisi melalui penelitian ini. Penelitian ini tidak hanya relevan secara praktis bagi pemilik usaha, tetapi juga signifikan secara akademis untuk memperkaya literatur mengenai peran kualitas produk dalam membangun loyalitas pelanggan pada sektor usaha tradisional.

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada kios

bunga tidak terbentuk semata-mata karena faktor harga atau lokasi, tetapi lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas produk itu sendiri. Misalnya, pelanggan yang merasa puas dengan kesegaran dan keharuman bunga cenderung melakukan pembelian berulang pada kios yang sama, bahkan tanpa membandingkan harga dengan kios lain. Sebaliknya, apabila kualitas bunga menurun, seperti bunga cepat layu atau tidak segar saat dibeli, maka pelanggan bisa berpindah ke kios lain yang menawarkan kualitas lebih baik. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki peran yang krusial dalam membentuk loyalitas pelanggan, terutama dalam usaha yang bergerak pada sektor kebutuhan tradisional dan ritual seperti kios bunga tabur.

Salah satu kios yang menjadi objek penelitian yakni kios Bunga Bu Rini karena meskipun di kawasan Setono Betek terdapat banyak kios bunga dengan jenis produk serupa, kios ini tetap memiliki pelanggan yang relatif loyal. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan akademik mengenai faktor apa yang membuat pelanggan tetap memilih kios tersebut, serta bagaimana kualitas produk berperan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Pemahaman terhadap fenomena ini penting, sebab dapat memberikan wawasan baru mengenai strategi mempertahankan pelanggan pada usaha kecil berbasis budaya lokal.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan di pasar setono betek terdapat 5 kios bunga yang memiliki konsep sama, produk yang serupa dan tempat yang berdekatan. Akan tetapi setiap kios tersebut mempunyai cara yang berbeda-beda dalam menjaga kualitas bunga. Hal yang dapat dilakukan kios bunga bu rini dalam menghadapi hal tersebut adalah memiliki strategi yang tepat untuk

dapat menjadi pilihan utama konsumen, yakni dengan memberikan kualitas produk yang terbaik kepada setiap konsumennya. Garvin berpendapat, kualitas produk dapat diukur melalui delapan Indikator, yaitu *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, dan *perceived quality*.² Jika dikaitkan dengan produk bunga tabur, Indikator *performance* tampak pada kesegaran dan ketahanan bunga; *features* mencerminkan variasi jenis dan tambahan aksesoris; *reliability* berkaitan dengan konsistensi ketersediaan bunga setiap hari; *conformance* menunjukkan kesesuaian bunga dengan standar atau permintaan pelanggan; *durability* dapat dilihat dari daya tahan bunga agar tidak cepat layu; *serviceability* berhubungan dengan kemudahan dalam pelayanan, seperti pemesanan atau pengantaran; *aesthetics* ditunjukkan melalui keindahan susunan dan tampilan bunga; sedangkan *perceived quality* mencerminkan citra atau persepsi masyarakat terhadap kualitas bunga yang ditawarkan. Delapan Indikator tersebut relevan untuk menilai kualitas bunga tabur pada kios bunga, karena faktor-faktor tersebut sangat memengaruhi kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, diperoleh hasil perbandingan dalam bidang kualitas produk sebagai berikut :

² Imas Komariyah dan Resty Ismawanti, “Analisis Budaya Kerja Dan Fokus Pelanggan Dalam Meningkatkan Kualitas Produk CV Digital Printing,” *Manajemen Dan Pariwisata* 4, no. 2 (2025): 259–271, <https://doi.org/10.32659/jmp.v4i2.481>.

Tabel 1.1

Perbandingan Kios Bunga Yang Ada Di Pasar Setono Betek Kediri 2025

Indikator Kualitas (Garvin)	Kios Bunga Bu Rini	Kios Bunga Bu Anik	Kios Bunga Bu Yati	Kios Bunga Bu Wahyu	Kios Bunga Bang Adi
<i>Performance</i> (kesegaran & ketahanan bunga)	Menyediakan bunga tabur dan fresh flower yang mampu bertahan 2-3 hari	Menyediakan bunga tabur dengan tingkat kesegaran baik dan daya tahan 1-2 hari	Menyediakan bunga tabur dengan kualitas cukup, namun cenderung cepat layu 1-2 hari	Menyediakan bunga tabur dengan tingkat kesegaran baik dan daya tahan 1-2 hari	Menyediakan bunga tabur dengan tingkat kesegaran baik dan daya tahan 1-2 hari
<i>Features</i> (variasi produk & tambahan)	Bunga tabur, ronce dan bouquet	Bunga tabur dan ronce	Hanya bunga tabur	Ronce dan bunga tabur	Ronce dan bunga tabur
<i>Reliability</i> (ketersediaan & konsistensi)	Memiliki ketersediaan bunga konsisten setiap hari	Ketersediaan bunga belum stabil karena terkadang mengalami kekosongan stok	Ketersediaan bunga kurang konsisten dan sering kehabisan bunga segar	Memiliki ketersediaan bunga yang relatif stabil	Ketersediaan bunga belum stabil karena terkadang mengalami kekosongan stok
<i>Conformance</i> (kesesuaian & permintaan)	Mampu menyesuaikan pesanan sesuai kebutuhan konsumen baik jumlah maupun bentuk	Mampu melayani pesanan bunga sesuai permintaan	Kurang fleksibel dalam menyesuaikan pesanan bunga tabur	Mampu melayani pesanan bunga sesuai permintaan	Mampu melayani pesanan bunga sesuai permintaan
<i>Durability</i> (daya tahan produk)	Bunga lebih awet karena perawatan baik	Cukup awet	Kurang awet	Cukup awet	Cukup awet
<i>Serviceability</i>	Memberikan	Memberikan	Hanya	Memberikan	Memberikan

<i>ity</i> (layanan & garansi)	n pelayanan ramah, melayani pesanan online serta menyediakan layanan antar	n pelayanan ramah dan melayani pemesanan secara online	melayani penjualan secara langsung dan telepon	n pelayanan ramah dan melayani pemesanan secara online	n pelayanan ramah dan melayani pemesanan secara online
<i>Aesthetics</i> (keindahan dan tampilan)	Bunga tabur memiliki tampilan yang baik dan segar, serta fresh flower ditata rapi dengan nilai estetik yang baik	Bunga tabur memiliki tampilan yang baik.	Bunga tabur memiliki tampilan yang kurang menarik	Bunga tabur memiliki tampilan yang baik.	Bunga tabur ditata cukup rapi dan menarik
<i>Perceived quality</i> (citra dan reputasi)	Tinggi, dikenal luas di Kediri bahkan luar kota	Sedang, dikenal luas dikediri	Rendah, hanya pelanggan sekitar	Sedang, dikenal luas dikediri	Sedang, dikenal luas dikediri

Sumber : Data Hasil observasi 27 september 2025³

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa delapan Indikator kualitas Garvin menunjukkan bahwa Kios Bunga Bu Rini lebih unggul dibandingkan kios lain di Setono Betek Kediri. Dari sisi *performance* dan *durability*, bunga yang dijual lebih segar, tahan lama, serta dirawat dengan baik. Pada aspek *features* dan *conformance*, Bu Rini menawarkan variasi produk lengkap (bunga tabur, *bouquet*, hingga *fresh flower*) dan mampu menyesuaikan pesanan sesuai kebutuhan konsumen. Dari segi *reliability* dan *serviceability*, ketersediaan stok lebih konsisten serta pelayanan ramah dengan

³ Data Hasil Observasi 27 September 2025.

fasilitas pemesanan online dan layanan antar, berbeda dengan kios lain yang masih terbatas. Selain itu, penataan produk yang lebih menarik (*aesthetics*) serta reputasi yang lebih dikenal luas (*perceived quality*) membuat Kios Bunga Bu Rini memiliki daya saing yang lebih kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor penting yang membedakan Kios Bu Rini dari pesaingnya sekaligus menjadikan kios ini layak diteliti lebih lanjut.

Loyalitas pelanggan memiliki peran strategis bagi kelangsungan usaha, terutama pada usaha yang mengandalkan pembelian berulang. Pelanggan yang loyal cenderung kembali tanpa banyak pertimbangan, bahkan ketika tersedia alternatif lain. Mereka juga berpotensi merekomendasikan produk kepada orang lain berdasarkan pengalaman pribadi yang dirasakan. Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan dapat menciptakan stabilitas pendapatan dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan menjadi kebutuhan penting bagi pelaku usaha.⁴

Berdasarkan hasil pengamatan dan interaksi awal dengan konsumen serta pelaku usaha di Pasar Setono Betek Kediri, Kios Bunga Bu Rini terlihat memiliki keunggulan dibandingkan kios bunga lainnya. Keunggulan tersebut tampak dari variasi jenis bunga yang tersedia serta upaya pemilik kios dalam menjaga kualitas bunga agar tetap segar dan layak jual. Kondisi ini membentuk kesan positif di kalangan konsumen dan mendorong minat mereka untuk

⁴ Dr Aprihatiningrum Hidayati MM, Dr Wa Ode Sifat, Dr Ali Maddinsyah M.M, Denok Sunarsi CHt S. Pd , M. M., dan Jasmani M.M S. E., *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*, 20 Januari 2021.

datang kembali ke kios tersebut.

Situasi di lapangan menunjukkan bahwa Kios Bunga Bu Rini cenderung lebih ramai dikunjungi dibandingkan kios bunga lain di sekitarnya. Dalam satu hari, jumlah konsumen yang datang berkisar antara delapan belas hingga mendekati dua puluh lima orang. Tingginya intensitas kunjungan ini menunjukkan bahwa kios tersebut menjadi salah satu pilihan utama konsumen dalam membeli bunga di pasar tersebut.

Hasil observasi awal terhadap perilaku konsumen menunjukkan adanya perbedaan intensitas pembelian. Sebagian konsumen hanya melakukan pembelian satu kali, sementara sebagian lainnya kembali melakukan pembelian pada waktu yang berbeda. Konsumen yang datang kembali dan melakukan pembelian berulang menunjukkan adanya kecenderungan loyalitas terhadap Kios Bunga Bu Rini. Mereka umumnya menyampaikan bahwa kualitas bunga yang terjaga dan pilihan produk yang beragam menjadi alasan utama untuk kembali berbelanja.

Berdasarkan temuan awal tersebut, peneliti memfokuskan perhatian pada konsumen yang melakukan pembelian lebih dari satu kali. Kelompok konsumen ini dipandang sebagai pelanggan yang memiliki loyalitas, sehingga dipilih sebagai informan utama dalam penelitian ini. Melalui pengalaman dan pandangan mereka, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran kualitas produk dalam membentuk loyalitas pelanggan di Kios Bunga Bu Rini Setono Betek Kediri. Selain itu, peneliti juga melibatkan konsumen umum yang baru melakukan pembelian untuk

memperoleh gambaran mengenai kesan pertama terhadap kualitas produk yang ditawarkan, sehingga dapat diketahui bagaimana persepsi awal konsumen terhadap mutu bunga sebelum terbentuknya loyalitas.

Berdasarkan analisis permasalahan yang terjadi di lapang Kios Bunga Bu Rini Setono Betek merupakan salah satu kios bunga yang mampu bersaing dengan kios lain di sekitarnya, dengan produk yang bervariasi dan kualitas yang terjaga sehingga mampu menarik lebih banyak pelanggan. Kondisi inilah yang membuat peneliti tertarik untuk menelaah lebih lanjut bagaimana kualitas produk yang ditawarkan Kios Bunga Bu Rini berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian mendalam dengan mengangkat judul **“Peran Kualitas Produk dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Kios Bunga Bu Rini Setono Betek Kediri”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, penulis merumuskan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk di kios bunga Bu Rini setono betek kediri ?
2. Bagaimana peran kualitas produk di kios bunga Bu Rini setono betek kediri dalam meningkatkan loyalitas pelanggan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan kualitas produk di kios bunga Bu Rini setono betek kediri.
2. Untuk menjelaskan peran kualitas produk di kios bunga Bu Rini setono betek kediri dalam meningkatkan loyalitas pelanggan .

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan pada usaha mikro, serta menjadi referensi untuk penelitian sejenis di masa depan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Memberikan masukan bagi Kios Bunga Bu Rini dalam meningkatkan kualitas produk sesuai kebutuhan pelanggan guna menjaga loyalitas dan keberlangsungan usaha.

b. Bagi Akademik

Menjadi bahan referensi dan literatur tambahan dalam kajian pemasaran, terutama terkait peran kualitas produk pada loyalitas pelanggan.

c. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat memperoleh layanan dan produk bunga yang lebih berkualitas sehingga kebutuhan ritual maupun dekoratif dapat terpenuhi dengan baik.

d. Bagi Peneliti

Menambah wawasan, pengalaman, dan pemahaman peneliti mengenai keterkaitan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan, serta menjadi pijakan bagi penelitian selanjutnya.

E. Penelitian Terdahulu

Fungsi utama telaah pustaka adalah untuk memberikan kajian teoretis dan ilmiah bagi penelitian yang akan dilakukan. Memiliki Fungsi sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan Emilia Masrufah (UIN Sunan Ampel Surabaya 2018) dengan judul "Analisis Kualitas Produk Dalam Menjaga Kepercayaan Konsumen Indah Bordir Sidoarjo".⁵ Hasil penelitian ini adalah Hasil penelitian yang diperoleh adalah pengukuran kualitas produk dimana yang terdiri dari kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitaas yang dipersepsikan. Semua produk harus sesuai dengan karakteristik dan atributnya masing-masing guna memberikan kepercayaan kepada konsumen agar tidak pindah ke pangsa pasar lain. Adapun rekomendasi dapat mrnjadi bahan masukan kepada Indah Bordir yaitu lebih mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan butik lainnya. Dan sering diadakan give away untuk meningkatkan penjualan dan menggencarkan promosi. Persamaan penelitian ini sama-

⁵ Emilia Masrufah, "Analisis kualitas produk dalam menjaga kepercayaan konsumen Indah Bordir Sidoarjo," *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 2018.

sama menggunakan metode kualitatif dan memiliki variabel yang sama yakni kualitas produk, sedangkan perbedaanya terletak pada objek dan karakteristik produk.

2. Bella Marda Serawati (IAIN Kediri, 2022) dengan judul. “ Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Kaki Lima “Wakeup” Kota Kediri”.⁶ Penelitian ini Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (observasi, wawancara, dokumentasi). Menemukan bahwa kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, physical evidence*) berperan nyata meningkatkan loyalitas pelanggan pada kedai kopi tersebut pelanggan melakukan pembelian ulang, merekomendasikan, dan menunjukkan komitmen. Strategi perbaikan kualitas pelayanan berpengaruh pada tingkat pembelian ulang. Persamaan dengan penelitian yang saya kaji Adalah Sama-sama memakai pendekatan kualitatif studi kasus di wilayah Kediri. Perbedaan dengan penelitian ini yakni penelitian ini menekankan kualitas pelayanan (*service quality*) di usaha kedai kopi; fokus pada kualitas produk bunga di kios tradisional (produk yang sifatnya mudah rusak bunga). Objek berbeda (kopi kaki lima vs. kios bunga Setono Betek) indikator kualitas dan dinamika loyalitas pelanggan juga berbeda (mis. daya tahan produk pada bunga menjadi variabel penting pada penelitian ini), menekankan Indikator layanan fisik dan empati;

⁶ Bella Marda Serawati, “Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Kaki Lima ‘WAKEUP’ Kota Kediri” (undergraduate, IAIN Kediri, 2022).

3. Penelitian yang dilakukan Ratri Fadillah Sari (IAIN Kediri, 2024), dengan judul “Analisis Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: SK Coffee Lab, Banjaran, Kota Kediri)”.⁷ Hasil penelitian Pendekatan kualitatif (studi kasus) dan analisis SWOT dipakai untuk merumuskan strategi pelayanannya. Menemukan bahwa kombinasi kualitas produk (makanan/minuman) dan kualitas pelayanan, serta strategi pemasaran (*promosi, bundling*), efektif mempertahankan loyalitas. Rekomendasi strategis berbasis matriks SWOT (*SO strategy*) untuk memperkuat retention. Persamaan dengan penelitian yang peneliti kaji yakni sama-sama studi kasus usaha mikro/ritel di Kediri, metode kualitatif, sumber data *overlapping* (owner, karyawan, pelanggan). Keduanya menekankan bahwa kualitas (baik produk maupun pelayanan) adalah faktor kunci pembentuk loyalitas. Perbedaan dengan penelitian ini yakni penelitian yang dilakukan oleh Ratri Fadillah Sari menambahkan analisis strategi (SWOT) dan rekomendasi pemasaran, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih fokus mendeskripsikan peran kualitas produk bunga sebagai pembentuk loyalitas (lebih mendalam ke atribut produk seperti kesegaran, estetika, daya tahan), SK Coffee Lab menekankan bundling & diversifikasi menu.
4. Penelitian yang dilakukan Ubaidatul Nurul Hikmah (UINKHAS Jember 2023) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan

⁷ Ratri Fadillah Sari, “Analisis Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : SK Coffee Lab Kelurahan Banjaran Kota Kediri)” (undergraduate, IAIN Kediri, 2024).

Loyalitas Pelanggan pada Usaha Gudeg Lumintu”.⁸ Hasil penelitian: penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif strategi pemasaran (produk, place, promotion) dan peran kualitas produk/pelayanan dalam mempertahankan pelanggan, mutu produk & kontinuitas supply menjadi faktor utama; pelayanan & komunikasi menambah retensi. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama berperspektif kualitatif dan fokus pada variabel mutu/kualitas sebagai penentu loyalitas; pendekatan praktis (rekomendasi tattis). Perbedaan dengan penelitian adalah Gudeg sebagai produk makanan tahan lama vs. bunga (produk mudah rusak). Implikasinya: tindakan operasional untuk menjaga mutu sangat berbeda (*mis. cold chain*/pasca panen untuk bunga).

5. Penelitian yang dilakukan Zulfi Ilfathna (Universitas Brawijaya, 2023) dengan judul “Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Kober Mie Setan, Malang)”⁹. Hasil penelitian penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif Meski ada unsur kuantitatif di banyak bagian, penulis juga mengutip penelitian deskriptif/kualitatif terkait strategi dan praktik menjaga kualitas. kualitas produk mempengaruhi loyalitas faktor harga dan convenience juga ikut berperan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menekankan peran kualitas produk Perbedaan dengan penelitian adalah Eksekusi metodologis berbeda

⁸ ubaidatul nurul hikmah, “Analisis Strategi Pemasaran dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan pada usaha Gudeg Lumintu Kabupaten Jember” (undergraduate, UIN KH Achmad Siddiq Jember, 2023).

⁹ Zulfi Ilfathna dan Agung Yuniarinto, “Pengaruh Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kober Mie Setan Di Kota Malang” (sarjana, Universitas Brawijaya, 2020).

(beberapa bagian kuantitatif) objek makanan vs. bunga (beda karakteristik produk).