PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM KERAJINAN GERABAH DI GAMPANG SEJATI

(*THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRODUCT INNOVATION ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AMONG POTTERY CRAFT MSMES IN GAMPANG SEJATI*)

Anida Laily Agustin[1], Mohammad Yaskun[2], Henny Mahmudah [3,] Herry Suprapto[4]

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
anidalaily123@gmail.com, m.yaskun@unisla.ac.id ,
henny_imam@unisla.ac.id , herysuprapto20@gmail.com

Website:

Kata Kunci:

Kualitas Produk, Inovasi Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, UMKM Gerabah.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh langsung maupun tidak langsung kualitas produk dan inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada UMKM Kerajinan Gerabah di Desa Gampangsejati, Kabupaten Lamongan. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif kausalitas. Populasi riset mencakup seluruh pembeli produk gerabah lokal, dengan penarikan sampel sebanyak 97 responden melalui teknik purposive sampling. Analisis data diuji menggunakan metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Inovasi produk terbukti memengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mampu memediasi dampak kualitas dan inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan.

Keywords : *Product Quality, Product Innovation, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Pottery MSMEs.*

Alamat Kantor:

Abstract

This study aims to analyze the direct and indirect effects of product quality and product innovation on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable at the Pottery Craft MSMEs in Gampangsejati

Village, Lamongan Regency. The research approach uses a quantitative causality method. The research population includes all buyers of local pottery products, with a sample size of 97 respondents selected via purposive sampling technique. Data analysis was tested using the Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 4. The results prove that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Product innovation significantly affects customer loyalty through customer satisfaction. Customer satisfaction positively and significantly mediates the impact of product quality and innovation on customer loyalty.

PENDAHULUAN

Perkembangan Sektor UMKM merupakan penyokong utama stabilitas ekonomi perdesaan berbasis budaya lokal (Khoiriyah & Sabardila, 2020:35). Salah satu potensi tersebut adalah sentra kerajinan gerabah tradisional di Desa Gampang Sejati, Kecamatan Laren (Sudiarwo, 2023). Namun, eksistensinya terancam oleh serbuan produk manufaktur modern yang lebih murah (Artavani, 2019:43). Penguatan kualitas produk dan solidaritas menjadi modal penting untuk mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah persaingan ini (Artavani, 2019:44).

Selain ancaman eksternal, industri gerabah lokal juga menghadapi persoalan internal yang serius (Dewi, 2020). Jumlah pengrajin terus menurun drastis, dari 20 orang pada 2017 menjadi diproyeksikan tersisa 15 orang pada 2025 (Fibriyani & Zulyanti, 2019:351). Penurunan ini dipicu oleh keterbatasan alat, fluktuasi harga bahan baku, serta minimnya minat generasi muda akibat proses pembuatan yang rumit dan dianggap kurang menguntungkan (Fibriyani & Zulyanti, 2019:355), yang diperparah oleh pergeseran gaya hidup modern (Setiawan, 2021).

Untuk bertahan, UMKM gerabah dituntut meningkatkan daya saing melalui kualitas produk, inovasi produk, dan loyalitas pelanggan (Rahmawati & Dhameria, 2025:165). Inovasi produk merupakan

bagian dari faktor yang dapat menyebabkan kepuasan pada konsumen (Rahmawati , dkk, 2023:33). Penelitian ini bertujuan mengisi research gap akibat adanya inkonstistensi temuan, di mana menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Mengingat kepuasan pelanggan terbukti berperan penting sebagai variabel mediasi yang menghubungkan inovasi dan kualitas produk terhadap loyalitas (Damayanti, 2024:6), penelitian ini dilakukan untuk memberikan kontribusi empiris mengenai peran mediasi kepuasan pelanggan pada UMKM Kerajinan Gerabah Desa Gampang Sejati.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori. Populasinya adalah 2.980 konsumen yang membeli produk UMKM Kerajinan Gerabah Gampang Sejati dalam 3 bulan terakhir. Menggunakan rumus *Simple Random Sampling* dengan margin of error 10%, diperoleh sampel sebanyak 97 responden yang dipilih melalui simple random sampling. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1–5. Analisis data menggunakan PLS-SEM via SmartPLS 4.0 melalui evaluasi *Outer Model* (validitas dan reliabilitas) serta Inner Model (uji hipotesis/bootstrapping). Penelitian bertempat di Desa Gampang Sejati pada November 2025–April 2026.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. *Outer Loading*

Hasil Outer Loading dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut ini :

Tabel 1 . Hasil Outer Loading

Indikator	Kualitas Produk (X1)	Inovasi Produk (X2)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan (Z)
X1.1	0.789			
X1.2	0.719			
X1.3	0.809			
X1.4	0.606			
X1.5	0.732			
X1.6	0.696			
X1.7	0.724			
X2.1		0.838		
X2.2		0.746		
X2.3		0.759		
Y.1			0.594	
Y.2			0.745	
Y.3			0.708	
Y.4			0.749	
Y.5			0.758	
Y.6			0.787	
Z.1				0.852
Z.2				0.709
Z.3				0.857

Berdasarkan pengujian validitas *outer loading* pada tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memiliki nilai outer loading diatas 0,7, meskipun terdapat beberapa indikator dengan nilai 0,5-0,7. Namun demikian, seluruh variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,5 sehingga konstruk penelitian dinyatakan valid secara konvergen.

FKMA
Jurnal Ekonomi
Manajemen Akuntansi

2. *Composite Reliability* atau *Average Variance Extracted (AVE)*

Hasil *Composite Reliability* atau *Average Variance Extracted (AVE)* dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut ini :

Tabel 2. Composite Reliability atau Average Variance Extracted (AVE)

Konstruk	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1.	0.851	0.857	0.887	0.530
X2	0.684	0.696	0.825	0.612
Y	0.819	0.829	0.869	0.528
Z	0.731	0.727	0.849	0.654

Berdasarkan Tabel 2 *Construct Reability* and *Validity*, *Average Variance Extracted (AVE)* memiliki syarat harus > 0,50. Dan semua variabel di dalam data penelitian ini diatas >0,50 maka di nyatakan sudah valid, Selanjutnya *Compoite Reability (rho-c)* memiliki syarat

harus > 0,70. Dan semua variabel di dalam da penelitian ini di atas 0>70 maka sudah sangat reliable, dan yang terakhir yaitu *Cronbach's Alpha*, nilai variabel kedua (0,684) sedikit kebawah di bawah 0,70 (berwarna merah). Namun karena *Composite Reability* sudah di atas 0,70, data di penilitian ini tetap dinyatakan Reliabel.

3. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan menguji sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lain.

Tabel 3. Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Konstruk	Kualitas Produk (X1)	Inovasi Produk (X2)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan (Z)
X1.1	0.789	0.490	0.614	0.601
X1.2	0.719	0.580	0.649	0.610
X1.3	0.809	0.672	0.641	0.684
X1.4	0.606	0.452	0.558	0.411
X1.5	0.732	0.562	0.602	0.687
X1.6	0.696	0.555	0.534	0.466
X1.7	0.724	0.490	0.587	0.573
X2.1	0.600	0.838	0.755	0.601
X2.2	0.555	0.746	0.567	0.570
X2.3	0.611	0.759	0.513	0.553
Y.1	0.463	0.473	0.594	0.328
Y.2	0.638	0.588	0.745	0.524
Y.3	0.565	0.561	0.708	0.569
Y.4	0.602	0.618	0.749	0.556
Y.5	0.632	0.651	0.758	0.710
Y.6	0.666	0.553	0.787	0.718
Z.1	0.674	0.579	0.583	0.852
Z.2	0.593	0.615	0.721	0.709
Z.3	0.672	0.576	0.615	0.857

Berdasarkan hasil uji cross loading, seluruh indikator penelitian dinyatakan valid. Hal ini terjadi karena nilai loading setiap indikator pada variabelnya sendiri seperti variabel X1 (0,606–0,808), X2 (X2.1 sebesar 0,838), Y (Y.2 sebesar 0,745), dan Z terbukti lebih besar dibandingkan nilainya pada variabel lain. Artinya, seluruh indikator terukur secara tepat pada variabelnya masing-masing dan siap digunakan untuk analisis tahap berikutnya.

4. R-Square

Hasil *R-Square* dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut

ini :

Tabel 4. R-Square

Variabel Dependen	R-square	R-square adjusted
Y	0.771	0.763
Z	0.684	0.677

Pengaruh ke variabel Y (0,771): Variabel X1 dan X2 mampu menjelaskan varian Y sebesar 77,1% (termasuk kategori kuat), sedangkan 22,9% sisanya dipengaruhi faktor lain. Pengaruh ke Variabel Z (0,684) variabel X1 dan X2 mampu menjelaskan varian Z sebesar 68,4% (termasuk kategori Moderat tinggi)

5. Pengujian Hipotesis

Hasil Pengujian Hipotesis dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut ini :

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

Jalur	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
X1. -> Y	0.371	0.370	0.147	2.519	0.012
X2. -> Y	0.320	0.321	0.113	2.834	0.005
X1. -> Z -> Y	0.153	0.152	0.095	1.616	0.106
X2. -> Z -> Y	0.080	0.083	0.065	1.236	0.216

Berdasarkan Tabel 5, Kualitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), dengan koefisien jalur 0,371 (t = 2,519; p = 0,012) dan 0,320 (t = 2,834; p = 0,005). Sebaliknya, pengaruh tidak langsung keduanya terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) terbukti tidak signifikan (X1: koefisien 0,153; t = 1,616; p = 0,106 dan X2: koefisien 0,080; t = 1,236; p = 0,216). Dengan demikian, hipotesis pengaruh tidak langsung (H_3 dan H_4) dinyatakan ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (t = 2,519 > 1,96, p = 0,012 < 0,05), sehingga H1 diterima. Keunikan, estetika, daya tahan tanah liat, dan nilai seni tradisional gerabah Desa Gampang Sejati terbukti membangun kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hasil ini sejalan dengan Irawan dan Marliani (2024), Prasetyo (2021), serta Rahmawati dan Dhameria (2025).

Pengaruh Inovasi Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (t = 2,834 > 1,96, p = 0,005 < 0,05), sehingga H2 diterima. Diversifikasi bentuk, motif, dan pewarnaan memberikan nilai tambah modern yang sesuai gaya hidup tanpa menghilangkan nilai seni asli. Hasil ini sejalan dengan Pohan et al. (2025), Hafizah et al. (2020), serta Damayanti dan Prabowo (2024).

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z)

Pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan tidak signifikan (t = 1,616 < 1,96, p = 0,106 > 0{,}05), sehingga H3 ditolak. Konsumen menilai kualitas fisik gerabah secara langsung dan rasional tanpa perlu mengevaluasi kepuasan emosional terlebih dahulu. Hasil ini mendukung Sitinjak (2020) serta Tarigan et al. (2022), tetapi tidak selaras dengan Bayati dan Rahmani (2024).

Pengaruh Inovasi Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z)

Pengaruh tidak langsung inovasi produk terhadap loyalitas melalui kepuasan juga tidak signifikan (t = 1,236 < 1,96, p = 0,216 > 0,05), sehingga H4 ditolak. Inovasi bentuk dan warna langsung direspons secara spontan sebagai daya tarik visual (direct effect),

bukan melalui kepuasan jangka panjang. Hasil ini sejalan dengan Gumilir dan Munawar (2025) serta Nugroho dan Wijaya (2023), namun berbeda dengan Sutanto dkk. (2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM Kerajinan Gerabah di Gampang Sejati. Sementara itu, kepuasan pelanggan tidak terbukti memediasi pengaruh kualitas produk maupun inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menghargai mutu fisik, keandalan, nilai kebaruan, serta keunikan produk gerabah secara langsung untuk membangun loyalitas mereka tanpa bergantung pada tingkat kepuasan layanan sebagai perantara. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha perlu mengoptimalkan strategi yang fokus pada peningkatan daya tarik dan kualitas produk itu sendiri untuk mempertahankan loyalitas jangka panjang.

EKMA
Jurnal Ekonomi
Manajemen Akuntansi

DAFTAR PUSTAKA

Artayani, I. A. (2019). Kerajinan Gerabah Desa Pejanten: Adaptabilitas Perajin Tradisis Di Era Globalisasi. *Institut Seni Indonesia Denpasar*.

Bayati, N. S. (2024). The effect of customer involment on product innovation perfomance with the mediating role of online customer knowledge contribution. *Internasional Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)*, 312-325.

Damayanti, N. &. (2024). The effect of product quality and service quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable (study on vario motorcycle users insidoarjo). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 2619-2634..

Dewi, E. F. (2020). September 10). *Gerabah Cobek Gampangsejati Lamongan, Bertahan hingga Puluhan Tahun*. Diambil kembali dari beritajatim.com: https://beritajatim.com/gerabah-cobek-gampangsejati-lamongan-bertahan-hingga-puluhan-tahun

Fibriyani, Y. V. (2019). Pengaruh Dimensi Sosial, Sumber Daya Manusia Dan Bahan Baku Terhadap Pengrajin Industri Gerabah. *journal of managementReivew*, 343-349.

Gumilir, T. &. (2023). Pengaruh Inovasi Layanan, Kualitas Interaksi dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di PT. Lalakon Digital Kreatif. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*.

Hafizah, H. S. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.

Khoiriyah, N. &. (2020). Strategi Keberadaan Di Era Modern Dalam Meningkatkan Nilai Jual Indutri Kerajinan Gerabah Di Desa Karungan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*.

Nugroho, A. &. (2023). Analisis Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Sektor Usaha Kreatif. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.

Pohan, B. A. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan Product Quality Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Pada Tiny Kitchen Medan. *Journal of Business Economics and Management*.

Rahcmawati, A. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen pada UMKM Kabupaten Lamongan (Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least Square (PLS). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 33-34.

Rahmawati, S. &. (2025). The influence of product quality on customer loyalty mediated bt customer satisfaction (A study of Scarlett Whitening users in Bandung). *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Akutansi (JPEKA)*, 45-56.

Setiawan, F. A. (2021, September 13). *Di Tengah Gempuran Modenisasi, Perajin Gerabah Gampangsejati Tetap Eksis*. Diambil kembali dari MEMORANDU.co.id: https://memorandum.disway.id/read/36327/di-tengah-gempuran-modernisasi-perajin-gerabah-gampangsejati-tetap-eksis

Sitinjak, T. J. (2020). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Kewirausahaan , Akutansi, dan Manajemen*.

Sudjarwo, E. (2023, Februari 15). *Menilik Gampangsejati, Desa Kerajinan Gerabah yang Tembus Mancanegara*. Diambil kembali dari detikjatim: https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-6570463/menilik-gampangsejati-desa-kerajinan-gerabah-yang-tembus-mancanegara

Sutanto, J. E. (2024). The role of service innovasion and competitive advantage as mediators of product innovation on marketing performance in Indonesia manufacturing SMEs. *Uncertain Suplly Chain Management*, 389-400.

Tarigan, J. &. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.