SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEMBELI ES CINCAU PADA KEDAI UBED JALAN DIPONEGORO BELILAS KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI HULU

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen di Universitas Islam Riau

OLEH :

ERY IRYANTO
NPM : 155210002

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEMBELI ES CINCAU PADA KEDAI UBED JALAN DIPONEGORO BELILAS KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI HULU

Oleh :

ERY IRYANTO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan membeli Es Cincau Pada kedai Ubed. Masalah dalam penelitian ini adalah: "Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen saat membeli ES Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu?". Penelitian ini dilakukan pada kedai ubed di Jalan Diponogoro Desa Titian Resak Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data diperoleh melalui kuisioner dan wawancara. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang sedang membeli es cincau pada kedai ubed,sedangkan sample menggunakan metode Purposive Sampling dimana sampel ditentukan dengan pertimbangan tertentu. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumendengan nilai t_{hitung} (20,319) > t_{tabel} (1,988) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Loyalitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRACT

THE EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION ON LOYALTY BUY GRASS JELLY ICE UBED AT DIPONEGORO STREET ON BELILAS, SEBERIDA SUBDISTRICT, INDRAGIRI HULU DISTRICT

By:

ERY IRYANTO

This study aims to determine the effect of customer satisfaction on consumer loyalty to buy jelly grass ubed at stall. Problem in this study is: "Does customer satisfaction significantly influence customer loyalty when buying grass jelly ubed at diponegoro street on Belilas ,Seberida, Indragiri Hulu District? "Button. This research was conducted at the ubed shop on Diponogoro Street, Titian Resak Belilas Village, Seberida District, Indragiri Hulu Regency. Types and sources of data used are primary and secondary data, data collection techniques obtained through questionnaires and interviews. The study population is all consumers who are buying jelly ice at ubed stores, while the sample uses the Purposive Sampling method where the sample is determined with certain considerations. The results of this study indicate that consumer satisfaction has an influence on consumer loyalty with a count (20.319)> table (1.988) and the resulting significance value of 0.000 is still below 0.05, the hypothesis in this study is accepted.

Keywords: Customer Satisfaction, Consumer Loyalty

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Bismillahirohmanirrahim,

Assalamu'alaikum, wr, wb.

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadirat Allah SWT uang memberikan karunia dan berkah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS DALAM MEMBELI ES CINCAU PADA KEDAI UBED JALAN DIPONEGORO, BELILAS , KEC.SEBERIDA, KAB. INDRAGIRI HULU".

Penulisan skripsi ini, disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi (strata-1) jurusan manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Riau (UIR). Penulisan skripsi ini juga dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan penulis yang menganalisis serta mengolah data sesuai dengan pengetahuan yang didapat selama proses perkuliahan.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, karena mengingat keterbatasan waktu, pengalaman serta pengetahuan penulis berusaha sebaik mungkin agar skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih karena telah mendapatkan bimbingan, motivasi dan dukungan, sehingga dapat membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-nya .
2. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL selaku rektor Universitas Islam Riau.
3. Bapak Firdaus, AR, SE., M.Econ. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Bapak Firdaus, AR, SE., M.Econ selaku wakil dekan I dan ibu Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC. Selaku wakil dekan II dan sekaligus manjadi dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, nasehat dan pengarahan yang baik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Azmansyah, SE., M.Econ. selaku ketua program studi manajemen .
6. Bapak Ramzi Durin, SH., MH. Selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan nasehat beserta pengarahan yang baik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh dosen pengajar di fakultas ekonomi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
8. Seluruh staf fakultas ekonomi khususnya program studi manajemen Universitas Islam Riau yang selama ini memberikan pelayanan yang baik dalam administrasi selama masa perkuliahan.

Kepada orang tua penulis, Bapak Sisto Susanto dan Ibu Oting Paryanti yang selalu mendo'akan , meberikan nasehat, dan memotivasi kepada penulis.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

9. Kepada orang terdekat saya yang selalu memberikan semangat kepada saya dengan luar biasa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu, Illanur Qurratu Ain, Aviva Nadia, Ilham Nanda Putra, Ilham Saputra, Surya Maulana, dll yang selalu ada di setiap waktu serta selalu mendukung dalam proses pengerjaan skripsi ini dan terimakasih sudah menjadi tempat.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan kepada penulis dan kepada seluruh pembacanya. Amin.

Pekanbaru, 17 April 2020

Penulis

ERY IRYANTO
155210002

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ABSTRAK i

ABTRACK ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 4

1.4 Sistematika Penulisan 5

BAB II TELAAH PUSTAKA 7

2.1 Kepuasan Pelanggan 7

2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan 7

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan 8

2.1.3 MetodePengukuran Kepuasan Pelanggan 10

2.1.4 Hubungan Antara Kepuasan Terhadap Loyalitas 12

2.2 Loyalitas Pelanggan 13

2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan 13

2.2.2Karakteristik Lotyalitas Pelanggan 14

2.2.3Tahapan Peningkatan Loyalitas Pelanggan 16

2.2.4Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas 16

2.3 Penelitian Terdahulu 19

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.4 Kerangka Pemikiran 20
2.5 Hipotesis 21
BAB III METODE PENELITIAN 22
3.1 Lokasi Penelitian. 22
3.2 Operasional Variabel Penelitian 22
3.3 Populasi dan Sampel 24
3.4 Jenis Dan Sumber Data 26
3.5 Teknik Pengumpulan Data 26
3.6 Teknik Analisis Data 27
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 30
4.1 Sejarah Singkat Berdirinya Usaha Es Cincau Ubed 30
4.2 Visi Dan Misi Usaha Kedai Ubed 31
4.3 Struktur Organisasi Usaha Kedai Ubed 32
4.4 Bidang Usaha 33
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 34
5.1 Karakteristik Responden 34
5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 37
5.3 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian 39
5.4 Analisis Regresi Sederhana 61
5.5 Pembahasan 64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 67
6.1 Kesimpulan 67
6.2 Saran 67
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jumlah Pemesanan Minuman Es Pada Kedai Ubed 2

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 20

Tabel 3.1 Operasional Variabel 23

Tabel 3.2 Skor Pertanyaan 24

Tabel 5.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia 34

Tabel 5.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 35

Tabel 5.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan 36

Tabel 5.4 JumlahResponden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 36

Tabel 5.5 Jumlah Responden Berdasarkan Status Perkawinan 37

Tabel 5.6 Uji Validitas 38

Tabel 5.7 Uji Reliabilitas 39

Tabel 5.8 Tanggapan Responden Kedai Ubed Menyediakan Minuman Es Cincau Sesuai Dengan Harapan Konsumen 40

Tabel 5.9 Tanggapan Responden Kedai Es Cincau Ubed Berusaha Menyediakan Rasa Yang Enak Kepada Konsumen 41

Tabel 5.10 Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Ekspetasi 42

Tabel 5.11 Tanggapan Responden, Kedai Es Cincau Ubed Berusaha Menyajikan Minuman Es Cincau Sesuai Dengan Keinginan Konsumen 43

Tabel 5.12 Tanggapan Responden Pegawai Kedai Es Cincau Memberikan Pelayanan Yang Terbaik Kepada Konsumen Yang Datang 44

Tabel 5.13 Tanggapan Responden Kedai Es Cincau Ubed Menyediakan Minuman-Minuman Es Cincau Yang Sesuai Dengan Janji Kepada Konsumen 45

Tabel 5.14 RekapitulasiTanggapan Mengenai Pelayanan 46

Tabel 5.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan 47

Tabel 5.16 Tanggapan Responden Saya Tertarik Untuk Membeli Kembali Es Cincau di Kedai Ubed 50

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.17 Tanggapan Responden Saya Menyukai Stiap Rasa Baru Dai Minuman Es Cincau di Kedai Ubed..... 51

Tabel 5.18 Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Pembelian Kembali 52

Tabel 5.19 Tanggapan Responden Saya Merekomendasikan Kepada Keluarga dan Teman Untuk Membeli Es Cincau di Kedai Ubed 53

Tabel 5.20 Tanggapan Responden Saya Memberikan Saran Kepada Keluarga dan Teman Untuk Menikmati Minuman Es Cincau di Kedai Ubed..... 54

Tabel 5.21 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Rekomendasi. 55

Tabel 5.22 Tanggapan Responden Saya Setia Menjadi Pelanggan Es Cincau di Kedai Ubed 56

Tabel 5.23 Tanggapan Responden Saya Tidak Akan Berpindah Ke Minuman Es Cincau Selain di Kedai Ubed..... 57

Tabel 5.24 Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Komitmen 58

Tabel 5.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas 59

Tabel 5.26 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan 60

Tabel 5.27 Analisis Regresi Sederhana..... 62

Tabel 5.28 Uji T Hitung 63

Tabel 5.29 Koefisien Determinasi..... 64

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Gambar Es Cincau Pada Kedai Ubed 3

Gambar 2.1 Proses Pembentukan Kepuasan Konsumen 12

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 21

Gambar 4.1 Gambar Pemilik Kedai Es Cincau Ubed..... 31

Gambar 5.1 Loyalitas Pelanggan Dalam Membeli Es Cincau Ubed..... 49

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner pada saat ini dapat dikatakan berkembang sangat pesat, kuliner makanan dan minuman sejak dahulu menempati urutan teratas dalampemenuhan kebutuhan manusia. Hal ini pada akhirnya semakin banyaknya industri kuliner semakin tidak semuanya mampu bertahan lama.

Pelanggan tidak hanya berperan sebagai pembeli dan sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, namun pelanggan juga berperan sebagai sumber penghasilan tetap apabila ia melakukan pembelian yang berulang dana rutin, serta merekomendasikan produk atau pun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan.Assael (2002) menyebutkan bahwa *"A satisfied customer is your best sales person. Satisfied customer influence friends and relative to buy, dissatisfied customers inhibit sales"* yang menjelaskan "Seorang pelanggan yang puas merupakan penjual perorangan terbaik. Pelanggan yang puas akan mempengaruhi rekan-rekannya dan kecenderungan membeli, pelanggan yang tidak puas akan menghambat penjualan". Perusahaan banyak berusaha menciptakan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, untuk mencapai kepuasan sehingga menjadi pelanggan yang setia pada perusahaan itu. Begitu pula dengan bisnis makanan dan minuman baik yang berskala kecil seperti

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

minuman Es Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas. Berikut data pelanggan pada kedai Ubed

Tabel 1.1
Jumlah Pemesanan minuman Es pada Kedai Ubed

No	Bulan	Banyak Pelanggan/ orang	JumlahPesanan / Porsi
1	Januari	60	1.103
2	Febuari	55	1.274
3	Maret	56	1.212
4	April	70	685
5	Mei	58	1.009
6	Juni	80	375
7	Juli	53	476
8	Agustus	88	2.013
9	September	64	2.563
10	Oktober	67	2.739
11	November	74	1.034
12	Desember	80	2.712
Total		**660**	**17.195**

Sumber: Data usaha kedai ubed, 2018

Pada tabel diatas berbagai macam minuman Es yang telah banyak penggemarnya di pasaran minuman, konsumen lebih puas membeli Es cincau karena rasa cincau yang dingin di tenggorokan dan perutketikaingin di cerna, dapatdijadikanprodukpenundalapar, serta rasa manis yang sesuai, harga yang sangatekonomis, danJuga sebagai minuman tanpa bahan pengawet dan warna serta sebagai metode pembuatan produk yang biasanya selalu dibuat secara manual atau tradisional, manfaat ini didukung oleh konsistensi dan komitmen Es Cincau untuk mempertahankan nilai-nilai yang ada pada saat itu. asal dalam bisnis ini. Selai rumput berlabuh.Berikut gambar Es cincau pada kedai ubed,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 1.1
Gambar Es cincau pada kedai ubed.

Sumber : Data pada kedai Ubed,2018.

Keunggulandari Es Cincau Ubed terletak dari segi rasa dan besaran porsi yang ditawarkan kepada konsumen. Dari penampilan, Es Cincau ubed memberikan toping yang banyak sehingga halini yang menarik banyak konsumen untuk datang menikmati Es Cincau di Kedai Ubed.

Dengan terciptanya kepuasaan pelanggan yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tersebut. Kepuasaan adalah merupakan proses evaluasi yang dilakukan konsumen, dimana akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mempersepsikan kualitas suatu produk. Sejauh ini, banyak konsumen yang setia pada produk yang diterbitkan oleh Es Cincau sebagai beragam produk selain cincau.

Mc Goldrik & Andre (dalam wood,2004) menyatakan bahwa konsep loyalitas tidak absolut dimanifestasikan dari perilaku konsumen saja, menurutnya loyalitas meliputi perasaan afeksi,kesetian dan komitmen.Retensi pelanggan adalah tujuan utama yang dicari pemasar. Bahkan, jika loyalitas pelanggan diharapkan, dapat dipastikan bahwa perusahaan akan mendapat manfaat. Pengaruh lainnya adalah perusahaan dapat mempertahankan kegiatannya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Loyalitas adalah keindahan wirausahawan saat ini dalam memelihara supermarket mereka, didukung oleh beberapa faktor. Salah satu faktor utama adalah faktor kepuasan pelanggan. Maka setiap usaha yang di dirikan harus memiliki strategi dalam membangun kepuasan pelanggan. Namun pada permasalahan ini, sangat tertarik untuk meneliti, kemudian mencoba menuangkan ke dalam suatu karya ilmiah dengan judul*:* **"PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEMBELI ES CINCAU PADA KEDAI UBED JALAN DIPONEGORO BELILAS KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI HULU."**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah yang diangkat, masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:"Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. membeli ES Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu"

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen membeli Es Cincau Pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.

1.3.2 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.Bagi peneliti

Bagi peneliti dapat mengaplikasikan ilmu pemasaran sehingga memberikan manfaat tentang seluk beluk bisnis makanan dan minuman dan dapat membuka peluang bisnis. Penelitiian ini bisa di jadikan salah satu sumber khususnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.

2.Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan yang berati bagi pebisnis.

3.Bagi penelitian lain

Dapat di jadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lainnya yang melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama dimasa yang akan datang.

1.4 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penulisan skripsi ini terdiri dari enam bab. Dimana dalam bab nya difokuskan untuk membahas dua permasalahan saja. Adapun pokok pokok yang dibahas pada masing masing bab tersebut, dikemukakan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode penelitian data serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa yang digunakan tepat.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktifitas, dan pertumbuhan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan..

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakasanakan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan saran-saran yang bermanfaat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1Kepuasan Pelanggan

2.1.1 PengertianKepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan jasa.

Menurut Kotler (2008), kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman setelah menggunakan layanan yang ditawarkan. Supranto (2001) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan mereka setelah membandingkan kinerja atau hasil yang mereka rasakan dengan harapan mereka. Tingkat kepuasan tergantung pada perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja di bawah ekspektasi, pelanggan akan sangat kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan sangat puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalu, komentar dari orang yang dicintai dan janji serta informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas tetap loyal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

lebih lama, kurang sadar harga dan memberikan umpan balik yang baik pada bisnis.

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Alma (2006: 238) adalah tingkat sentimen konsumen dibandingkan dengan harapan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang percaya bahwa mereka memiliki nilai dari pemasok, produsen, atau penyedia layanan. Nilai itu berasal dari produk, layanan, sistem atau sesuatu yang emosional. Ketika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, kepuasan terjadi ketika pelanggan menerima produk yang berkualitas. Jika nilai untuk pelanggan nyaman, kepuasan akan terjadi ketika layanan yang diterima sangat praktis. Upaya untuk mencapai kepuasan pelanggan total tidaklah mudah. Mudie dan Cottom mengatakan bahwa kepuasan pelanggan penuh tidak mungkin, bahkan untuk waktu yang singkat (Tjiptono,2002) Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang, puas individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang diberikan terpenuhi.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Zeithmal dan Bitner (2003, 156) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas daripada penilaian sederhana kualitas layanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan atau layanan, yaitu, konsumen akan puas jika mereka menerima layanan yang baik atau seperti yang diharapkan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Kualitas produk, yaitu, konsumen akan puas ketika hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi.
3. Harga, yang merupakan produk dengan kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif rendah, menawarkan nilai lebih kepada konsumen.
4. Faktor situasi, yaitu kondisi di mana konsumen terpapar.
5. Faktor pribadi konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

Untuk menentukan kepuasan pelanggan, lima faktor harus diperhitungkan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2013) antara lain :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.Kepuasan tidak tergantung pada kualitas produk, tetapi pada sosial atau harga diri, berkat pelanggan yang puas dengan merek tertentu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Harga, yang merupakan produk dengan kualitas yang sama, tetapi yang menetapkan harga yang relatif rendah, menawarkan nilai lebih kepada pelanggan.

5. Biaya, yaitu, H. Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau yang tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau layanan umumnya puas dengan produk atau layanan.

2.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2004: 148) menawarkan metode berbeda untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem pengaduan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (berorientasi pada pelanggan) harus menawarkan kepada pelanggannya peluang terbesar untuk mengirim saran, pendapat, dan keluhan. Media yang dapat digunakan termasuk kotak saran di lokasi strategis (mudah diakses atau sering diakses oleh pelanggan), kartu komentar (yang dapat diisi secara langsung atau dikirim ke perusahaan melalui surat) dan saluran telepon khusus (jalur langsung pelanggan)) dan lainnya. Informasi yang diperoleh dengan metode ini dapat memberi perusahaan ide-ide baru dan kontribusi berharga yang memungkinkannya bereaksi dengan cepat dan cepat terhadap masalah yang muncul.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Survei kepuasan pelanggan

Secara umum, banyak penelitian tentang kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon atau secara langsung (Peterson dan Wilson, 1992). Melalui survei, perusahaan menerima tanggapan dan komentar langsung dari pelanggan, sambil memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memperhatikan pelanggan.

3. belanja hantu

Metode ini diimplementasikan menggunakan beberapa orang (pembeli hantu) sebagai pelanggan / pembeli potensial dari produk dan pesaing perusahaan. Pelanggan hantu kemudian menyampaikan pengetahuannya tentang kekuatan dan kelemahan produk pesaing berdasarkan pengalamannya membeli produk-produk tersebut. Ghost Shopper juga dapat mengamati atau mengevaluasi bagaimana perusahaan dan pesaing merespons pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Adalah baik bahwa para pemimpin bisnis pergi langsung ke Shopper Hantu untuk mencari tahu sendiri bagaimana karyawan mereka berinteraksi dan memperlakukan pelanggan mereka. Jelas, karyawan tidak boleh tahu bahwa atasan mereka baru saja membuat penilaian (misalnya, memanggil perusahaan itu sendiri dan mengajukan beberapa keluhan atau pertanyaan), karena dalam hal ini perilaku mereka sangat "lucu" dan penilaiannya bias.

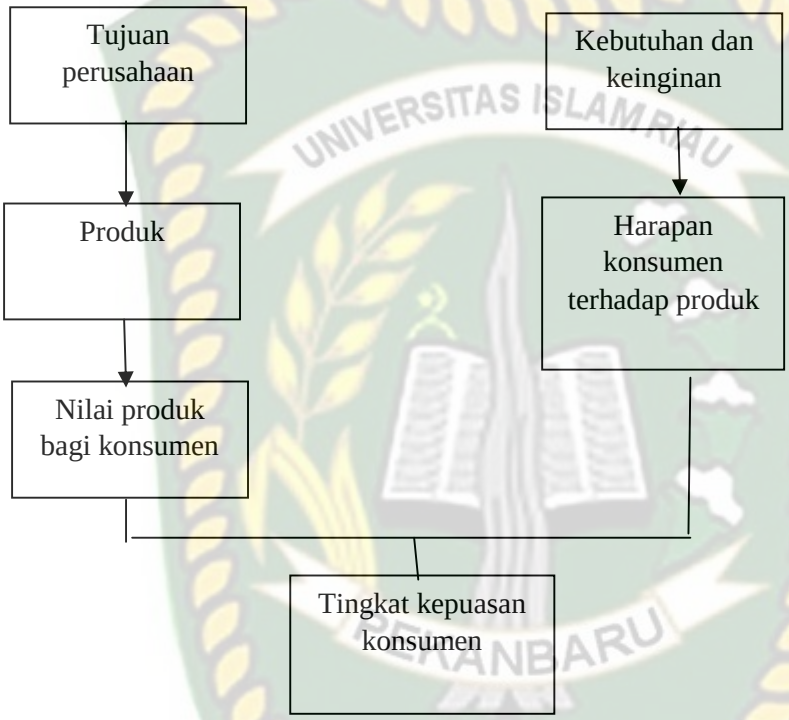
4. Analisis pelanggan yang hilang

Metode ini agak unik. Perusahaan mencoba menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau beralih pemasok. Informasi harus diperoleh mengenai

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

hal ini. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan untuk mengadopsi pedoman tambahan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Gambar 2.1
Proses pembentukan kepuasan konsumen



Sumber:Tjiptono,2008.Strategi pemasaran Edisi III,Yogyakarta:penerbit Andi

2.1.4 Hubungan antara kepuasaan Terhadap loyalitas konsumen.

Menurut Oliver dalam Wiharto (2002), ada hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ada enam opsi, yaitu:

1. Kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah investasi yang berbeda dari konsep yang sama.
2. Kepuasan adalah konsep utama dari kesetiaan, di mana tidak ada kesetiaan tanpa kepuasan. Kepuasan adalah faktor kunci kesetiaan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Kepuasan berperan dalam membentuk loyalitas, dan sementara kepuasan adalah bagian dari kesetiaan, kepuasan hanyalah satu komponen dari kesetiaan.
4. Loyalitas dan kepuasan adalah komponen loyalitas absolut.
5. Bagian dari kepuasan adalah kesetiaan, tetapi tidak esensial dalam jenis kesetiaan. Kepuasan adalah awal dari urutan transisi yang memuncak dalam kesetiaan yang berbeda.
6. Loyalitas dapat tanpa kepuasan, sehingga ketidakpuasan tidak mempengaruhi loyalitas.

2.2 Loyalitas Pelanggan

2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Kotler dan Keller (2009:139) mengungkapkan loyalitas adalah "komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih".

Utomo (2006: 27) menawarkan definisi kesetiaan (loyalty to service). Ini adalah tingkat di mana pelanggan menunjukkan perilaku pembelian berulang dari penyedia layanan, memiliki sikap positif terhadap penyedia layanan dan hanya mempertimbangkan penggunaan penyedia layanan tersebut jika perlu untuk layanan ini. gunakan. Griffin Loyalty (2010: 04) adalah konsumen yang digambarkan sebagai loyal atau loyal jika pelanggan secara teratur menunjukkan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

perilaku membeli atau jika ia harus membeli setidaknya dua kali dalam periode waktu tertentu.

Loyalitas pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2000; 111) menunjukkan: "Loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersifat positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian ulang yang konsisten." Definisi di atas terlihat bahwa loyalitas lebih ditunjukan kepada suatu perilaku pembelian rutin dengan berdarkan pada unit pengambilan keputusan dan dapat disimpulkan bahwa loyalitas terbentuk dari dua komponen ; loyalitas sebagai perilaku yaitu pembelian ulang yang konsisten dan loyalitas sebagai sikap yaitu sikap positif terhadap suatu produk atau produsen (penyedia jasa). Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen agar tetap setia terhadap merek tersebut. Loyalitas bukan prosentase dari konsumen yang pertama kali membeli, tetapi pembelian ulang. Loyalitas adalah prosentase dari orang yang pernah membeli dalam jangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembeliannya yang pertama.

2.2.2 Karakteristik Loyalitas konsumen

Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan perilaku pembelian yang konsisten (Griffin, 2005). Berikut adalah karakteristik dari loyalitas konsumen:

1. Lakukan pembelian atau penukaran reguler. Pelanggan yang telah membeli produk atau layanan dua kali atau lebih.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Beli di luar lini produk atau layanan (pembelian antar lini produk). Beli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan butuhkan. Anda membeli secara teratur, hubungan dengan pelanggan jenis ini panjang dan panjang dan tidak memengaruhi produk pesaing.
3. Merekomendasikan produk atau layanan kepada pihak ketiga. Beli barang atau jasa yang ditawarkan dan apa yang mereka butuhkan dan belanja secara teratur. Mereka juga mendorong orang lain untuk membeli barang atau jasa perusahaan. Secara tidak langsung, mereka memasarkan bisnis dan membawa konsumen ke dalam bisnis.
4. Bukti kekebalan terhadap daya tarik produk atau layanan serupa atau, dengan kata lain, sulit dipengaruhi dengan menarik pesaing. Karakteristik loyalitas pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2000; 107) Karakteristik data loyalitas pelanggan adalah:
    a) Setia dengan produk perusahaan, ini berarti bahwa pelanggan yang menyimpan atau terkait dengan produk tersebut dan membeli produk yang sama, meskipun ada banyak alternatif.
    b) Rekomendasikan kesepakatan. Di mana pelanggan berkomunikasi secara lisan tentang produk.
    c) Pembelian berulang yang konsisten Konsumen berbelanja terus-menerus untuk produk tertentu. Konsumen yang loyal aktif untuk perusahaan. Ini bisa dilihat dari sumber daya yang dimilikinya. Jadi, Anda dapat mengandalkan loyalitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelanggan untuk memprediksi pertumbuhan bisnis di masa depan.

2.2.3 Tahapan Peningkatan Loyalitas Pelanggan.

Menurut kotler,2001 loyalitas dapat dicapai melalui dua tahap:

1. perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggan mendapatkan pengalaman positif, berarti pembelian ulang diprioritaskan pada penjualan sebelumnya.
2. Perusahaan harus mempunyai cara untuk mempertahakan hubungan yang lebih jauh dengan konsumen dengan menggunakan startegi Forced loyalty (kesetiaan yang dipaksa) supaya pelanggan mau melakukan pembelian ulang

2.2.4.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menurut (Vanessa Gaffar, 2007) adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan.

   Kepuasan adalah perbandingan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima atau rasakan.
2. Keterikatan emosional

   Konsumen dapat dipengaruhi oleh suatu merek yang memiliki daya tarik tersendiri, sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam suatu merek karena dapat mencerminkan karakteristik pelanggan tersebut. Tautan yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dihasilkan dari suatu merek adalah bahwa pelanggan memiliki ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau layanan yang sama.

3. Kepercayaan

   Kesediaan seseorang, perusahaan atau merek untuk melakukan suatu fungsi.

4. Kemudahan (pemilihan dan pengurangan kebiasaan).

   Konsumen akan merasa nyaman dengan produk dan merek yang berkualitas jika situasi bisnis mereka membuatnya lebih mudah. Bagian dari loyalitas pelanggan, seperti pembelian produk reguler, dapat didasarkan pada pengalaman yang terakumulasi sepanjang waktu.

5. Pengalaman dengan perusahaan (sejarah dengan perusahaan)

   Pengalaman seseorang dalam bisnis dapat mempengaruhi perilaku mereka. Ketika Anda mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan, perilaku perusahaan diulangi. Sementara itu

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menurut Robinette (2001:13): adalah sebagai berikut :

1. Perhatian (hati-hati)

Perusahaan harus dapat mengidentifikasi dan mengatasi semua kebutuhan, harapan, dan masalah pelanggan mereka. Dengan perhatian itu, pelanggan puas dengan bisnis dan bernegosiasi dengan bisnis lagi dan akhirnya menjadi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pelanggan bisnis yang loyal. Semakin banyak perhatian yang ditunjukkan perusahaan, semakin besar loyalitas pelanggannya.

2. kepercayaan (trust),

Kepercayaan berasal dari proses yang panjang sampai kedua belah pihak saling percaya. Ketika kepercayaan dibangun antara pelanggan dan perusahaan, konstruksi menjadi lebih mudah. Hubungan antara bisnis dan pelanggan tercermin dalam tingkat kepercayaan pelanggan. Ketika kepercayaan pelanggan tinggi, hubungan bisnis dengan pelanggan kuat. Salah satu cara di mana perusahaan dapat membangun hubungan dengan pelanggan mereka, yaitu, semua jenis produk yang diproduksi oleh perusahaan, harus dari kualitas atau kesempurnaan yang mereka harus atau seperti yang dijanjikan, sehingga pelanggan tidak merasa tertipu, yang dapat menyebabkan mengubah pelanggan menjadi produk yang bersaing.

3. Perlindungan (durasi sponsor)

Perusahaan harus dapat menawarkan perlindungan kepada pelanggan mereka, baik dari segi kualitas produk, layanan, keluhan atau layanan pelanggan. Oleh karena itu, pelanggan tidak peduli dengan bisnis yang bernegosiasi dan berurusan dengan bisnis, karena mereka merasa bahwa bisnis memberikan perlindungan yang mereka butuhkan.

4. Kepuasan kumulatif (kepuasan keseluruhan)

Kepuasan kumulatif adalah skor keseluruhan berdasarkan pembelian dan total konsumsi barang dan jasa selama periode waktu tertentu. Kepuasan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kumulatif ditentukan oleh beberapa komponen, mis. B. Kepuasan terhadap sikap agen (penyedia layanan) dan kepuasan perusahaan itu sendiri, oleh karena itu perusahaan harus dapat memuaskan pelanggan dalam semua transaksi dengan perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan harus memperhatikan dan meningkatkan operasi dan penggunaan semua fasilitas dan sumber daya sehingga pelanggan dapat menggunakannya kapan saja, di mana saja.

Kita dapat menyimpulkan dari pernyataan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan, keterikatan emosional, kepercayaan, kemudahan (pemilihan pilihan dan kebiasaan), pengalaman dengan perusahaan (sejarah dengan perusahaan), perhatian (perhatian), perlindungan (durasi) sponsorship) dan kepuasan kumulatif (kepuasan keseluruhan).

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian ini terlihat dalam tabel 2.1 sebagai berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Alat analisis	Hasil Penelitian
1	Nurafni, 2015	Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada Swalayan Mart Pasir Pengaraian	Analisi regresi sederhana	Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalita konsumen pada Swalayan Mart di Pasir Pengaraian
2	Rima Rachmawati, 2014	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada bisnis kerupuk di Solo	Analisi Regresi berganda	Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap bisnis kerupuk di Solo
3	Widyaninggar Resti Husodho,2015	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada objek wisata dumilah water park madiun	Analisi regresi sederhana	Ada pengaruh Kepuasan pelanggan pada pariwisata loyalitas pelanggan Dumilah Water Parck Madiun

Sumber:PenelitianTerdahulu, 2019.

2.4 Kerangka Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan membeli Es Cincau Pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu“

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 2.2

Kerangka Penelitian

2.5 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah maka dibuat hipotesis sebagai berikut; Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelangganMembeli Es Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Jalan Diponogoro Desa Titian Resak Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.

3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentukapa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperolehinformasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Independent *(Bebas)*

Variabel X *(bebas)* yaitu variabel yangvariasinya mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas yang penulisannya adalah Kepuasan Pelanggan(X_1)

Variabel Dependent *(Terikat)*

Variabel Y *(terikat)* yaitu variabel yang memperngaruhi oleh variabel lainnya. Variabel terikat dalam Penelitian ini ialah Loyalitas Pelanggan*(Y).*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	**Kepuasan Pelanggan (X1)** Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan yang ia rasakan. (Dalam buku Pemasaran Jasa Fandi Tjiptono,Ph,D Menurut Kotler & Keller,2012).	Ekspertasi	1. Kemampuan dalam memberikan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen 2. Kemampuan dalam memberikan rasa yang sesuai harapan konsumen	Interval
		Pelayanan	1. Kemampuan dalam menanggapi kebutuhan konsumen 2. Kemampuan dalam melayani konsumen 3. Kemampuan dalam menyediakan produk sesuai dengan janji	
	Loyalitas konsumen(Y) Loyalitas konsumen Adalah komitmen konsumen terhadap toko atau pemasok,berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercemin dalam pembelian ulang yang konsisten (Dalam buku Pemasaran Jasa Fandi Tjiptono,Ph,D Menurut Sheth & Mittal,2004).	Pembelian kembali	1. Konsumen ingin terus membeli produk yang ditawarkan 2. Konsumen selalu mengggunakan setiap produk baru yang ditawarkan	Interval
		Rekomendasi	1. Merekomendasikan kepada orang terdekat 2. Menyarankan kepada orang terdekat untuk menikmati produk	
		Komitmen	1. Setia menggunakan produk yang sama 2. Tidak berpaling ke produk lain	

Untuk mengukur setiap jawaban responden di gunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberi nilai pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3.2 Skor Pertanyaan

Pernyataan	Nilai pertanyaan
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber:Sugiyono,2012

3.3 Populasi dan sampel

a. Populasi

Menurut sugiyono, seorang ahli statistik mengatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Mengingat populasi yang diteliti jumlahnya banyak dan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, maka dalam memperoleh data untuk penelitian ini digunakan cara sampling, dimana penelitian tidak dikenakan pada semua obyek, tetapi hanya sebagian obyek. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumenMembeli Es Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu“

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b.Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto,2002:109).

Sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen/ responden. Menurut Guilford (1987:125) dalam (Supranto, 2006:239), dimana semakin besar sampel (semakin besar nilai n = banyaknya elemen sampel) akan memberikan hasil yang lebih akurat. (Supranto, 2006:239).

Cooper dan Emory, (1996:221) populasi adalah tidak terbatas, jadi sebuah sampel sebanyak 87 orang yang di ambil dari populasi berjumlah 660 secara kasar mempunyai ketepatan estimasi yang sama dengan 87 sampel.

Sampel dalam penelitian ini adalah 87 responden dari pelanggan Es cincau Ubed.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dipakai adalah kualitatif, data kualitatif adalah data yang didapatkan secara kebetulan dengan pelanggan es cincau Ubed.

b. Sumber Data

1. Data Primer

   Data primer yakni data yang belum diolah dan diperoleh secara langsung pada objek penelitian dan keterangan yang di dapatkan dari kuisioner.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Data Sekunder

   Data sekunder yakni data yang diperoleh dari buku-buku, serta perusahaan yang ada hubungan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

a. kuesioner

Kuesioner atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mendapatkan jawaban atau jawaban dan informasi yang diperlukan bagi peneliti(Mardalis, 2009:66).

Dan untuk mengukur persepsi responden menggunakan 5 angka penelitian dimana setiap jawaban diberi bobot nilai sebagai berikut :

b. Sangat Setuju diberi bobot 5
c. Setuju diberi bobot 4
d. Ragu diberi bobot 3
e. Kurang Setuju diberi bobot 2
f. Tidak Setuju diberi bobot 1

b.Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung dengan pemilik kedai Ubed memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.6 Teknik Analisis Data

Dari data hasil penelitian yang di kumpulkan, selajutnya di lakukan analisis terhadap masalah yang di hadapi dengan menggunakan metode analisis sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkap suatu yang akan di ukur oleh kuosioner tersebut. Uji validitas ini di lakukan kepada 87 responden diluar dari pada sampel.

b. Uji Realiabilitas

Uji Realiabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, (Ghozali, 2011).

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Disebut regresi sederhana (Simple Regression) jika hanya terdapat satu variabel independen yang memengaruhi variabel dependennya (Sunjoyo, 2013;154).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Rumusregresi sederhana adalah : Y = a + bX

Dimana : a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kepuasan Pelanggan

Y = Loyalitas Pelanggan

d..**Koefisien Korelasi (r)**

Koefisien korelasi adalah ukuran statistik kovarians atau hubungan antara dua variabel. Ukuran koefisien korelasi berkisar dari +1 hingga -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan linier dan arah hubungan antara dua variabel acak. Jika koefisien korelasi positif, kedua variabel akan memiliki hubungan langsung. Ini berarti bahwa jika nilai variabel X tinggi, nilai variabel Y juga akan tinggi. Di sisi lain, jika koefisien korelasi negatif, kedua variabel akan memiliki hubungan terbalik. Ini berarti bahwa jika nilai variabel X tinggi, nilai variabel Y akan rendah.

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapajauh kemampuan modeldalammenerangkan variasivariabeldependenyangditunjukkan oleh R Square dalam model ringkasan yang dihasilkan oleh program SPSS, koefisien determinasi ini antara 0 dan 1. Koefisien determinasi adalah 0 <R <1. Ketika koefisien determinasi (R) mendekati 1, model regresi lebih dipertimbangkan, karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan variabel dependen.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis digunakan dalam penelitian ini adalah :

Uji Parsial (*uji t*)

Uji-t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana variabel independen adalah individu, untuk menjelaskan variasi variabel independen. Jika nilai probabilitas t lebih besar dari 0,05, variabel independen tidak akan berpengaruh pada variabel dependen (koefisien regresi tidak signifikan), sedangkan jika nilai probabilitas t kurang dari 0,05, variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen. Memberikan variabel (koefisien regresi signifikan), (Ghozali, 2011: 98).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Berdirinya Usaha Es Cincau Kedai Ubed.

Es cincau adalah sebuah minuman yang dibuat oleh bapak Misbahul Munir. Awalnya usaha ini adalah semacam usaha kecil seperti usaha rumahan yang hanya menjual minuman Es cincau saja.kemudian seiring berjalannya waktu usaha Es cincau mulai bekembang dan semakin diminati oleh masyarakat tepatnya di Desa Titian Resak Belilas Kecamatan Seberida, Kabupaten Indragiri Hulu, oleh Karena itu di awal tahun 2017 membuka kedai yang tepatnya di jalan Diponegoro di depan Masjid Al-ikhlas,Kedai itu diberi nama Kedai Ubed singkatan dari ubai dillah.

Pada tahun 2017 kedai ubed banyak menyediakan aneka-aneka minuman segar seperti Es cincau, Es ketan Hitam, Es bubur kacang hijau, dan yang sangat banyak diminati masyarakat disana adalah Es cincau, Karena di antara pesaing lainnya minuman pada Kedai Ubed yang memproduks isecaraalami, yaitu dari bahan lokal,tanpa bahan pengawet atau perasa buatan,sehingga tidak membahayakan tubuh jika dikonsumsi terus menerus dalam porsi banyak dan pembuatan minuman Eskedai Ubed ini tidak sulit, langkah-langkah pembuatannya sangat sederhana dan tidak memerlukan peralatan khusus sehingga pelanggan yang beli tidak menunggu terlalu lama.

"*didalam melakukan sesuatu, pastilah setiap orang memiliki alasan yang mendorong ataupun memotivasi. Demikian pula kalau ingin terjun diusaha*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kuliner, kita harus memiliki sebuah alasan yang tepat dan jelas sehingga konsumen selalu suka dan senang dengan apa yang kita beri, bukan ?" itulah kalimat yang terucap dari bapak Misbahul Munir pemilik kedai Ubed.

Gambar 4.1

Gambar Pemilik Kedai Es Cincau Ubed.

Sumber : Data pada kedai Ubed, 2018.

Dengan terciptanya kedai Es Cincau Ubed ini, bapak Misbahul Munir tidak ada hentinya untuk selalu berinovasi agar terciptanya suatu kemajuan pada Es Cincau Ubed ini.

4.2 Visi dan Misi Usaha Kedai Ubed

4.2.1 Visi Usaha Kedai Ubed

1. memuaskan pelanggan dengan mengutamakan kualitas bahan-bahan pada minuma kedai ubed.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Memaksimalkan pelayanan sehingga konsumen merasa senang dan nyaman.

4.2.2 Misi usaha Kedai Ubed

Menciptakan citra rasa segar dan enak pada minuman-minuman es kedai ubed.

4.3 Struktur Organisasi Usaha Kedai Ubed

Struktur organisasi adalah kumpulan banyak orang untuk mencapai tujuan. Di setiap organisasi, ada kolaborasi sistematis antara kelompok-kelompok orang ini. Pembentukan organisasi harus memperhatikan fungsi yang diinginkan dan melakukan distribusi tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas dan terperinci. Setelah semua hal ini telah selesai, setiap orang dapat bertanggung jawab sesuai dengan tugas dan fungsi yang ditugaskan.

Manajemen dan organisasi adalah dua perangkat yang saling terhubung dan tidak terpisahkan. Manajemen adalah alat untuk mencapai tujuan, sedangkan organisasi adalah tempat atau tempat untuk mencapai tujuan tersebut. Setiap organisasi yang baik memiliki visi dan misi yang jelas, perencanaan, arah dan tujuan dalam tahap yang terorganisir dengan baik, terarah dan terkoordinasi dengan baik.

Struktur organisasi di usaha Minuman Es kedai Ubed ini hanya terdiri dari pemilik dan 1 karyawan. Dalam suatu usaha bisnis ada pembagian tugas dari masing-masing karyawan yang bertujuan agar dapat bekerja dengan efisien dan baik, sesuai dengan keahliannya masing-masing. Hal ini, juga dilakukan oleh pihak Kedai ubed pembagian tugasnya adalah sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tugas Pemilik :

a) Mengaudit laporan keuangan perusahaan.
b) Menambahkan modal.
c) Pemegang usaha.
d) Memantau perkembangan usaha.

Tugas Karyawan :

a) Membuat minuman dan menyiapakan pesanan pelanggan.
b) Mengorder minuman kepada pelanggan.
c) Menjaga kebersihan gelas dan meja.
d) Memberi laporan menu yang di pesan.

4.4 Bidang Usaha

Adapun bidang usaha dari Kedai Es Cincau Ubed adalah menyediakan produk minuman es cincau dalam skala besar seperti untuk acara pesta, arisan dan ulang tahun. Karena es cincau merupakan salah satu minuman tradisional dari Indonesia yang dapat dinikmati oleh semua usia dan dapat disajikan dalam berbagai acara baik acara keluarga ataupun perayaan yang mengundang banyak orang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 87 orang responden. Seluruh responden yang dijadikan sampel mengembalikan kuisioner yang diberikan karakteristik yang diwawancarai yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, status perkawinan dan pendidikan terakhir. Kondisi untuk klasifikasi demografis setiap responden dibahas di bawah ini:

5.1.1 Responden Bedasarkan Usia

Usia dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, semakin tinggi tingkat usia, maka keputusan yang diambil akan dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang lebih matang. Komposisi usia responden dapat dilihat pada Tabel 5.1 berikut ini adalah data usia pelanggan yang memberli Es Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu“

Tabel 5.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
<20Tahun	18	20,7%
21-25Tahun	34	39,1%
26-30Tahun	20	22,9%
>30Tahun	15	17,2%
Total	87	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2019.

Berdasarkan tabel diatas mayoritas pelanggan Kedai Es Cincau Ubed adalah pelanggan dengan rentang usia 21 tahun sampai dengan 25 tahun dengan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

jumlah 34 orang dari 87 orang atau sebesar 39,1%. Hal ini karena, pelanggan selalu membeli Es Cincau Ubed adalah pelanggan yang masih muda dan memiliki hoby kuliner.

5.1.2 Responden Berdasarkan JenisKelamin

Komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 5.2 berikut ini :

Tabel 5.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	34	39,1%
Laki-Laki	53	60,9%
Total	87	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2019.

Berdasarkan tabel diatas dimana mayoritas pelanggan pada Kedai Es Cincau Ubed adalah pelanggan dengan jenis kelamin laki-laki yang berjumlah 53 orang atau 60,9 dari 87 orang. Hal ini dikarenakan, banyak pengunjung dan membeli es pada Kedai Ubed adalah pelanggan laki-laki.

5.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini adalah data pekerjaan pelangganyang memberli Es Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	17	19,5%
PNS/POLRI/TNI	11	12,6%
PegawaiSwasta	20	22,9%
Wirausaha	21	24,1%
IbuRumahTangga	18	20,7%
Total	87	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2019.

Berdasarkan tabel diatas mayoritaspelanggan pada Kedas Es Cincau Ubed adalah pelanggan dengan latar belakang pekerjaan wirausaha dengan jumlah 21 orang atau 24,1%. Hal ini karena pelanggan yang berlatarbelakang pekerjaan wirausaha memiliki waktu luang yang banya kuntuk menikmati berbagai kuliner salah satunyaadalah membeli es cincau pada KedaiUbed.

5.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut ini adalah data pendidikan pelangganmembeli Es Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.

Tabel 5.4 : Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SMP	3	3,4%
SMA	34	39,1%
Diploma	14	16,1%
Sarjana	36	41,4%
Total	87	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2019.

Berdasarkan tabel diatas dapat mayoritaspelanggan pada Kedai Es Cincau Ubed berlatar belakang pendidikan sarjana atau S1 yang berjumlah 36 orang atau 41,4%. Hal ini karena banyak konsumen yang datang adalah pelanggan yang sudah lama bekerja dan memiliki pendidikan yang tertinggi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.1.5 Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Komposisi responden menurut status perkawinan disajikan pada tabel 5.5 berikut ini :

Tabel 5.5 : Jumlah Responden Berdasarkan Status Perkawaninan

Status Perkawinan	Jumlah	Persentase (%)
BelumMenikah	49	56,3%
Menikah	38	43,7%
Total	87	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2019.

Berdasarkan tabel diatas dapat mayoritaspelanggan pada Kedai Es Cincau Ubed memiliki status perkawinan yang sudah menikah dengan jumlah 38 orang responden atau sebesar 43,7%. Hal ini karena banyak konsumen atau pelanggan membeli minuman es cincau untukdinikmati dirumah bersama keluarga.

5.2 Uji Validitas Dan Uji Realibitas

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas menentukan apakah apa yang diukur dapat diukur dengan menggunakan alat pengukur yang dikompilasi. Validitas suatu instrumen menggambarkan kemampuan akuntan untuk mengekspresikan sesuatu yang merupakan tujuan utama pengukuran. Item dianggap valid jika nilai korelasi yang diperbaiki antara item dan total lebih besar dari 0,30. Berikut adalah hasil pengecekan validitas instrumen digunakan dalam penelitian ini. Tabel berikut menunjukkan hasil validitas elemen pertanyaan berdasarkan distribusi kuesioner, dilakukan sebagai berikut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.6 Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	Nilai	R-Tabel	Keterangan
1	Kepuasan	X1.1	0,880	0,212	Valid
		X1.2	0,886	0,212	Valid
		X1.3	0,862	0,212	Valid
		X1.4	0,903	0,212	Valid
		X1.5	0,860	0,212	Valid
2	loyalitas	Y1.1	0,845	0,212	Valid
		Y2.2	0,851	0,212	Valid
		Y3.3	0,896	0,212	Valid
		Y4.4	0,842	0,212	Valid
		Y5.5	0,897	0,212	Valid
		Y6.6	0,585	0,212	Valid

SumberOlahan Data Spss 22.

Berdasarkan hasil pengujian data terlihat nilai nilai person correlation lebih besar dibandingkan 0,30 maka semua item pertanyaan yang digunakan valid.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dirancang untuk menentukan konsistensi meter saat digunakan. Suatu alat ukur dianggap dapat diandalkan jika pengukuran dalam kelompok yang sama atau pada subjek yang sama telah menghasilkan hasil yang sama beberapa kali, selama aspek-aspek dalam kelompok atau subjek yang diukur tidak berubah. Untuk ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Alpha Cronbach, dengan nilai lebih besar dari 0,60.Hasil penelitian reliabel apa bila *alpha cronbach's (a) > 0.60*.Berdasarkan hasil pengolahan data mengunakan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SPSS. Cronbach's Alpha untuk variabel kepuasan Pelanggan (X_1) dan Loyalitas Pelanggan (Y_1) Berikut adalah tabel hasil reliabilitas untuk penelitian ini :

Tabel 5.7 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan	0,956	Reliabel
2	Loyalitas Pelanggan	0,939	Reliabel

SumberOlahan Data Spss 22.

Berdasarkan dari tabel 5.7 Uji Realibitas X_1, dan Y_1 yang mana Variabel Kepuasan Pelanggan(X_1) menunjukan nilai cronbach's Alpha (*a)* sebesar 0,956> 0,60 yang artinya reliabel, dan variabel Loyalitas Pelanggan(Y_1) menunjukan nilai cronbach's Alpha (*a)*sebesar 0,939> 0,60 yang artinya reliabel.

5.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel Penelitian yang diamati dalam penelitian ini meliputi Kepuasan Pelanggan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y_1).

5.3.1 VariabelKepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi di mana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Suatu layanan dianggap memuaskan jika dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah elemen penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Jika pelanggan tidak puas dengan layanan yang diberikan, dapat ditentukan bahwa layanan tersebut tidak efektif dan tidak efektif. Ini sangat penting untuk layanan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.3.1.1 RekapitulasiMengenaiEkspetasi

Berikut adalah hasil tanggapan responden mengenai ekspetasi adalah sebagai berikut :

Tabel 5.8

Tanggapan Responden,Kedai Ubed menyediakan minuman es cincau sesuai dengan harapan konsumen.

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	29	33.3
Setuju	4	18	20.7
CukupSetuju	3	24	27.6
TidakSetuju	2	13	14.9
SangatTidakSetuju	1	3	3.4
total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapan Kedai Ubed menyediakan minuman es cincau sesuai dengan harapan pelanggan dari 87 orang pelanggan 3 orang atau 3,4% mengatakan sangat tidak setuju, 13 orang atau 14,9% mengatakan tidak setuju, 24 orang atau 27,6% mengatakan cukup setuju dan 18 orang atau 20,7% mengatakan setuju serta 29 orang atau 33,3% mengatakan sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan bahwa kedai es cincai Ubed, memberikan produk minuman es cincau yang sesuai dengan harapan para pelanggan. Dengan adanya variasi dari minuman yang disediakan maka hal ini akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan saat menikmati es cincau.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.9

Tanggapan responden, Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyediakan rasa yang enak kepada konsumen

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	31	35.6
Setuju	4	15	17.2
CukupSetuju	3	16	18.4
TidakSetuju	2	23	26.4
SangatTidakSetuju	1	2	2.3
total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapanKedai Es Cincau Ubed berusaha menyediakan rasa yang enak kepada konsumendari 87 orang konsumen2 orang atau 2,3% mengatakan sangat tidak setuju, 23 orang atau 26,4% mengatakan tidak setuju, 16 orang atau 18,4% mengatakan cukup setuju dan 15 orang atau 17,2% mengatakan setuju serta 31 orang atau 35,6% mengatakan sangat setuju.

Hasil menjelaskan konsumen sangatmenyukai rasa minuman es cincau yang ditawarkan oleh kedai Ubed karena memiliki cita rasa yang unik dan berbeda dari produk es cincau lainnya.

Berikut rekapitulasi tanggapan responden mengenai ekspetasi adalah sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.10 : Rekapitulasi TanggapanMengenaiEkspetasi

No	Pernyataan	AlternatifJawaban					Total
		SS	**S**	**KS**	**TS**	**STS**	
		5	4	3	2	1	
1	Kedai Ubed menyediakan minuman es cincau sesuai dengan harapan konsumen	31	15	16	23	2	87
		155	60	48	46	2	311
2	Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyediakan rasa yang enak kepada konsumen	28	21	21	13	4	87
		140	84	63	26	4	317
Jumlah		**59**	**36**	**37**	**36**	**6**	**174**
Total Skor		**295**	**144**	**111**	**72**	**6**	**628**

Sumber: Data Olahan 2019

Nilai Maksimal =>2 x 5 x 87 = 870

Nilai Minimal =>2 x 1 x 87 = 174

$$\frac{\textbf{Skor maksimal} - \textbf{Skor Minimal}}{\textbf{Item}} = \frac{\textbf{870} - \textbf{174}}{\textbf{5}} = \frac{\textbf{696}}{\textbf{5}} = \textbf{139},$$

Untuk mengetahui dimensi ekspetasi pada kedai Ubed, maka dapat ditentukan di bawah ini:

SangatSetuju = 730,8 – 870

Setuju = 591,6 – 730,8

Cukup Setuju = 452,4 – 591,6

KurangSetuju = 313,2 – 452,4

TidakSetuju = 174 – 313,2

Total skor dari dimensi ekspetasi dengan skor sebesar 628 dalam katagori setuju dengan rentang skor sebesar 591,6 – 730,8. Dari hasil ini menjelaskan bahwa konsumen sudah setuju dengan rasa yang sesuai dengan ekspetasi konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.3.1.2Rekapitulasi Mengenai Pelayanan

Berikut adalah hasil tanggapan responden mengenai pelayanan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.11

Tanggapan Responden,Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyajikan minuman es cincau sesuai dengan keinginan konsumen

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	28	32.2
Setuju	4	21	24.1
CukupSetuju	3	21	24.1
TidakSetuju	2	13	14.9
SangatTidakSetuju	1	4	4.6
Total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapan Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyajikan minuman es cincau sesuai dengan keinginan pelanggan dari 87 orang konsumen 4 orang atau 4,6% mengatakan sangat tidak setuju, 13 orang atau 14,9% mengatakan tidak setuju, 21 orang atau 24,1% mengatakan cukup setuju dan 21 orang atau 24,1% mengatakan setuju serta 28 orang atau 32,3% mengatakan sangat setuju. Hasil ini menjelaskan kedai es cincau Ubed memberikan produk minuman es cincau yang disesuaikan dengan keinginan konsumen, baik dari segi bentuk dan varian rasa yang unik sehingga dapat memberikan kepuasan pada saat menikmatinya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.12

Tanggapan Responden, Pegawai kedai Es Cincau memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang datang

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	29	33.3
Setuju	4	17	19.5
CukupSetuju	3	26	29.9
TidakSetuju	2	12	13.8
SangatTidakSetuju	1	3	3.4
total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapan pegawai kedai Es Cincau memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang datangdari 87 orang konsumen3 orang atau 3,4% mengatakan sangat tidak setuju, 12 orang atau 13,8% mengatakan tidak setuju, 26 orang atau 29,9% mengatakan cukup setuju dan 17 orang atau 19,5% mengatakan setuju serta 29 orang atau 33,3% mengatakan sangat setuju.

Dari hasil tanggapan menjelaskan kedai Ubed selalumemberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen yang datang baik untuk menikmati di tempat dan membawa pulang untuk menikmati di rumahbersamakeluarga.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.13

Tanggapan responden, Kedai Es Cincau Ubed menyediakan minuman-minuman es cincau yang sesuai dengan janji kepada konsumen

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	27	31.0
Setuju	4	22	25.3
CukupSetuju	3	20	23.0
TidakSetuju	2	13	14.9
SangatTidakSetuju	1	5	5.7
Total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan hasil tanggapanKedai Es Cincau Ubed menyediakan minuman-minuman es cincau yang sesuai dengan janji kepada konsumendari 87 orang konsumen5 orang atau 5,7% mengatakan sangat tidak setuju, 13 orang atau 14,9% mengatakan tidak setuju, 20 orang atau 23% mengatakan cukup setuju dan 22 orang atau 25,3% mengatakan setuju serta 27 orang atau 31% mengatakan sangat setuju.

Dari hasil tanggapan menjelaskan kedai es cincau Ubed menyediakan minuman-minuman es cincau yang sesuai dengan janji kepada konsumen untuk menyediakan minuman es cincau yang berkualitas dengan rasa yang berbeda-beda. Dengan kata lain, adanyavarian rasa akan memberikan kenikmatan kepada konsumen untuk menikmati setiap minuman es cincau yang disediakan oleh kedaiUbed.

Berikut rekapitulasi tanggapan responden mengenai pelayanan adalah sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.14 : Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Pelayanan

No	Pernyataan	AlternatifJawaban					Total
		SS	**S**	**KS**	**TS**	**STS**	
		5	4	3	2	1	
1	Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyajikan minuman es cincau sesuai dengan keinginan konsumen	29	18	24	13	3	87
		145	72	72	26	3	318
2	Pegawai kedai Es Cincau memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang datang	29	17	26	12	3	87
		145	68	78	24	3	318
3	Kedai Es Cincau Ubed menyediakan minuman-minuman es cincau yang sesuai dengan janji kepada konsumen	27	22	20	13	5	87
		135	88	60	26	5	314
Jumlah		**85**	**57**	**70**	**38**	**11**	**261**
Total Skor		**425**	**228**	**210**	**76**	**11**	**950**

Sumber: Data Olahan 2018.

Nilai Maksimal =>3 x 5 x 87 = 1.305

Nilai Minimal =>3 x 1 x 87 = 261

$$\frac{\textbf{\textit{Skor maksimal}} - \textbf{\textit{Skor Minimal}}}{\textbf{\textit{Item}}} = \frac{1.305 - 261}{5} = \frac{1.044}{5} = 208,8$$

Untuk mengetahui tingkat pelayanan pada kedaiUbed, maka dapat ditentukan di bawah ini:

SangatSetuju = 1.096,2 – 1.305

Setuju = 887,4 – 1.096,2

Cukup Setuju = 678,6 – 887,4

KurangSetuju = 469,8 – 678,6

TidakSetuju = 261 – 469,8

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Total skor dari dimensi pelayanan sebesar 950 dalam katagori setuju dengan rentang skor sebesar 887,4 – 1.096,2. Hasil ini menjelaskan bahwa konsumen sudah setuju dengan pelayanan pada kedaiUbed karena menyajikan minuman yang berkualitas dari segi rasa dan pelayanan yang baik sehingga membuat konsumen merasa puas.

Berikut rekapitulasi tanggapan responden terhadap pernyataan kepuasan adalah sebagai berikut :

Tabel 5.15 : Rekapitulasi TanggapanRespondenKepuasan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	**S**	**KS**	**TS**	**STS**	
		5	4	3	2	1	
1	Kedai Ubed menyediakan minuman es cincau sesuai dengan harapan konsumen	31	15	16	23	2	87
		155	60	48	46	2	311
2	Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyediakan rasa yang enak kepada konsumen	28	21	21	13	4	87
		140	84	63	26	4	317
3	Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyajikan minuman es cincau sesuai dengan keinginan konsumen	29	18	24	13	3	87
		145	72	72	26	3	318
4	Pegawai kedai Es Cincau memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang datang	29	17	26	12	3	87
		145	68	78	24	3	318
5	Kedai Es Cincau Ubed menyediakan minuman-minuman es cincau yang sesuai dengan janji kepada konsumen	27	22	20	13	5	87
		135	88	60	26	5	314
Jumlah		**144**	**93**	**107**	**74**	**17**	**435**
Total Skor		**720**	**372**	**321**	**148**	**17**	**1578**

Sumber: Data Olahan 2018.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan hasil rekapitulasi mengenai kepuasan kerjadimana total skor yang dihasilkan sebesar 1.578 dalam katagori setuju.

Nilai Maksimal =>5 x 5 x 87 = 2.175

Nilai Minimal =>5 x 1 x 87 = 435

$$\frac{\textbf{Skor maksimal} - \textbf{Skor Minimal}}{\textbf{Item}} = \frac{2.175 - 435}{5} = \frac{1.740}{5} = 348$$

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada kedai Ubed, maka dapat ditentukan di bawah ini:

SangatSetuju = 1.827 – 2.175

Setuju = 1.479 – 1.827

Cukup Setuju = 1.131 – 1.479

KurangSetuju = 783 – 1.131

TidakSetuju = 435 – 783

Total skor dari kepuasan konsumen sebesar 1.578 dalam katagori setuju dengan rentang skor sebesar 1.479 – 1.827. dari hasil ini menjelaskan bahwa konsumen sudah setuju dengan rasa puas yang didapatkandari Kedai Es Cincau Ubed dengan produk minuman es cincau yang ditawarkannya.Kepuasan pelanggan padaEs Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu, dimana mayoritas pelanggan menyatakan sangat setuju .hal ini dapat menjelaskan bahwakepuasan pelangganmembeli Es Cincau pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.3.2 VariabelLoyalitas Pelanggan.

Loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.Definisi di atas menunjukkan bahwa loyalitas menunjukkan perilaku pembelian rutin berdasarkan unit keputusan dan dapat disimpulkan bahwa loyalitas terdiri dari dua komponen. Loyalitas sebagai perilaku pembelian berulang yang konsisten dan loyalitas sebagai sikap yang mewakili sikap positif terhadap suatu produk atau produsen (penyedia layanan). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen untuk tetap loyal kepada merek. Loyalitas bukanlah persentase konsumen yang membeli pertama, tetapi pembelian. Loyalitas adalah persentase orang yang telah membeli dalam jangka waktu tertentu dan melakukan pembelian berulang sejak pembelian pertama.

Gambar 5.1

loyalitas pelanggan dalam membeli Es CincauUbed

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.3.2.1 RekapitulasiMengenaiPembelianKembali

Berikut adalah hasil tanggapan mengenai pembelian kembali adalah sebagai berikut :

Tabel 5.16

Tanggapan Responden,Saya tertarik untuk membeli kembali es cincau di Kedai Ubed

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	30	34.5
Setuju	4	18	20.7
CukupSetuju	3	34	39.1
TidakSetuju	2	5	5.7
SangatTidakSetuju	1	0	0.0
Total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapan saat saya tertarik untuk membeli kembali es cincau di Kedai Ubeddari 87 orang konsumen 0 orang atau 0% mengatakan sangat tidak setuju, 5 orang atau 5,7% mengatakan tidak setuju, 34 orang atau 39,1% mengatakan cukup setuju dan 18 orang atau 20,7% mengatakan setuju serta 30 orang atau 34,5% mengatakan sangat setuju.

Hasil tanggapan menjelaskan mayoritas pelanggan cukup setuju untuk melakukan pembelian ulang produk minuman es cincau ubed karena tertarik dengan rasa yang ditawarkan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.17

Tanggapan Responden, Saya menyukai setiap rasa baru dari minuman es cincau di Kedai Ubed

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentae (%)
SangatSetuju	5	28	32.2
Setuju	4	22	25.3
CukupSetuju	3	25	28.7
TidakSetuju	2	12	13.8
SangatTidakSetuju	1	0	0.0
total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapan saya menyukai setiap rasa baru dari minuman es cincau di Kedai Ubeddari 87 orang pelanggan0 orang atau 0% mengatakan sangat tidak setuju, 4 orang atau 9,8% mengatakan tidak setuju, 19 orang atau 46,3% mengatakan cukup setuju dan 10 orang atau 24,4% mengatakan setuju serta 8 orang atau 19,5% mengatakan sangat setuju.

Hasil tanggapanmenjelaskankonsumen sangat setuju, sehingga konsumenakanmerekomendasikan es cincaukepada orang lain, karena mendapatkan kepuasan pada produk es cincau ubed karena adanya rasa-rasa baru yang ditawarkan oleh kedai Ubed.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.18 : Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Pembelian Kembali

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Saya tertarik untuk membeli kembali es cincau di Kedai Ubed	30	18	34	5	0	87
		150	72	102	10	0	334
2	Saya menyukai setiap rasa baru dari minuman es cincau di Kedai Ubed	28	22	25	12	0	87
		140	88	75	24	0	327
Jumlah		**58**	**40**	**59**	**17**	**0**	**174**
Total Skor		**290**	**160**	**177**	**34**	**0**	**661**

Sumber: Data Olahan 2019

Nilai Maksimal =>2 x 5 x 87 = 870

Nilai Minimal =>2 x 1 x 87 = 174

$$\frac{Skor\ maksimal\ -Skor\ Minimal}{Item} = \frac{870\ -174}{5} = \frac{696}{5} = 139,$$

Untuk mengetahui tingkat pembelian kembalipada kedai Ubed, maka dapat ditentukan di bawah ini:

SangatSetuju = 730,8 – 870

Setuju = 591,6 – 730,8

Cukup Setuju = 452,4 – 591,6

KurangSetuju = 313,2 – 452,4

TidakSetuju = 174 – 313,2

Total skor dari dimensi pembelian kembali dengan skor sebesar 661 dalam katagori setuju dengan rentang skor sebesar 591,6 – 730,8. Hasil ini menjelaskan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

bahwa dengan semakin baiknya pelayanan dan produk yang ditawarkan, makahalini dapat meningkatkan keinginan membeli kembali dari konsumen yang pada akhirnya akan berdampak terhadap meningkatnya kepuasan konsumen.

5.3.2.2Rekapitulasi Mengenai Rekomendasi

Berikut adalah hasil tanggapan mengenai rekomendasi adalah sebagai berikut :

Tabel 5.19

Tanggapan Responden, Saya merekomendasikan kepada keluarga dan teman untuk membeli es cincau di Kedai Ubed

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	33	37.9
Setuju	4	16	18.4
CukupSetuju	3	32	36.8
TidakSetuju	2	6	6.9
SangatTidakSetuju	1	0	0.0
total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapan saya merekomendasikan kepada keluarga dan teman untuk membeli es cincau di Kedai Ubed dari 87 orang konsumen 0 orang atau 0% mengatakan sangat tidak setuju, 6 orang atau 6,9% mengatakan tidak setuju, 32 orang atau 36,8% mengatakan cukup setuju dan 16 orang atau 18,4% mengatakan setuju serta 33 orang atau 37,9% mengatakan sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan konsumen merekomendasikan kepada keluarga dan teman untuk membeli minuman es cincau di Kedai Ubed karena memiliki rasa yang enak sertad engan porsi yang banyak.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.20

Tanggapan pelanggan, Saya memberikan saran kepada keluarga dan teman untuk menikmati minuman es cincau di Kedai Ubed

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	29	33.3
Setuju	4	26	29.9
CukupSetuju	3	18	20.7
TidakSetuju	2	14	16.1
SangatTidakSetuju	1	0	0.0
total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapan saya memberikan saran kepada keluarga dan teman untuk menikmati minuman es cincau di Kedai Ubeddari 87 orang pelanggan0 orang atau 0% mengatakan sangat tidak setuju, 14 orang atau 16,1% mengatakan tidak setuju, 18 orang atau 16,1% mengatakan cukup setuju dan 26 orang atau 29,9% mengatakan setuju serta 29 orang atau 33,3% mengatakan sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan konsumen sangat setuju dengan adanya variasi minuman yang ditawarkan oleh Kedai Es Cincau Ubed membuat banyak pelanggan yang datang kembali dan menjadi minuman es cicau Ubed menjadi pilihan utama karena rasa, kesegaran dan kebersihan serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.21 : Rekapitulasi TanggapanResponden MengenaiRekomendasi

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Saya merekomendasikan kepada keluarga dan teman untuk membeli es cincau di Kedai Ubed.	33	16	32	6	0	87
		165	64	96	12	0	337
2	Saya memberikan saran kepada keluarga dan teman untuk menikmati minuman es cincau di Kedai Ubed	29	26	18	14	0	87
		145	104	54	28	0	331
Jumlah		**62**	**42**	**50**	**20**	**0**	**174**
Total Skor		**310**	**168**	**150**	**40**	**0**	**668**

Sumber: Data Olahan 2019

Nilai Maksimal =>2 x 5 x 87 = 870

Nilai Minimal =>2 x 1 x 87 = 174

$$\frac{\textbf{Skor maksimal} - \textbf{Skor Minimal}}{\textbf{Item}} = \frac{870 - 174}{5} = \frac{696}{5} = 139,$$

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada kedai Ubed, maka dapat ditentukan di bawah ini:

SangatSetuju = 730,8 – 870

Setuju = 591,6 – 730,8

Cukup Setuju = 452,4 – 591,6

KurangSetuju = 313,2 – 452,4

TidakSetuju = 174 – 313,2

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Total skor dari dimensi rekomendasi dengan skor sebesar 668 dalam katagori setuju dengan rentang skor sebesar 591,6 – 730,8. Dari hasi lini menjelaskan bahwa konsumen sudah setuju untuk merekomendasikan kedai es cincau Ubed kepada keluarga, teman terdekat sebagai tempat yang bagusu ntuk menikmati es cincau.

5.3.2.3Rekapitulasi Mengenai Komitmen

Berikut adalah hasil tanggapan konsumen mengenai komitmen adalah sebagai berikut :

Tabel 5.22

Tanggapan responden, Saya setia menjadi pelanggan es cincau di Kedai Ubed

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	29	33.3
Setuju	4	20	23.0
CukupSetuju	3	23	26.4
TidakSetuju	2	15	17.2
SangatTidakSetuju	1	0	0.0
total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019.

Berdasarkan hasil tanggapan saya setia menjadi pelanggan es cincau di Kedai Ubeddari 87 orang konsumen0 orang atau 0% mengatakan sangat tidak setuju, 15 orang atau 17,2% mengatakan tidak setuju, 23 orang atau 26,4% mengatakan cukup setuju dan 20 orang atau 23% mengatakan setuju serta 29 orang atau 33,3% mengatakan sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan konsumen sangat setuju bahwa kedai ubed selalu memberikan pelayanan dengan cepat dan sigap kepadasetiap pelanggan yang datang, sehingga pelanggan tidak menunggu terlalu lama untuk dapat menikmati es cincau pada kedai ubed sehingga banyak konsumen yang menjadi pelanggan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tetap.Kesetiaan pelanggan menjadi salah satu tujuankedai es ubed, untuk itu kedai es cincau ubed selalu menyediakan minuman es cincau dengan variasi rasa yang unik sehingga dapat dinikmati oleh berbagai kelangan.

Tabel 5.23
Tanggapan responden, Saya tidak akan berpindah ke minuman es cincau selali di Kedai Ubed

Katagori	Bobot	Jumlah	Persentase (%)
SangatSetuju	5	39	44.8
Setuju	4	21	24.1
CukupSetuju	3	23	26.4
TidakSetuju	2	4	4.6
SangatTidakSetuju	1	0	0.0
Total		87	100.0

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan hasil tanggapan saya tidak akan berpindah ke minuman es cincau selali di Kedai Ubeddari 87 orang konsumen0 orang atau 0% mengatakan sangat tidak setuju, 4 orang atau 4,6% mengatakan tidak setuju, 23 orang atau 26,4% mengatakan cukup setuju dan 21 orang atau 24,1% mengatakan setuju serta 4 orang atau 44,8% mengatakan sangat setuju.

Hasil ini menjelaskan konsumen sangat setuju bahwa pelanggan pada kedai ubed selalu mengutamakan kenyamanan dengan menjaga kebersihan dan kesegaran dari minuman yang ditawarkan kepada pelanggannya sehingga pelanggan tidak berpindah ketempat lain.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.24 : Rekapitulasi TanggapanMengenaiKomitmen

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Saya setia menjadi pelanggan es cincau di Kedai Ubed	29	20	23	15	0	87
		145	80	69	30	0	324
2	Saya tidak akan berpindah ke minuman es cincau selali di Kedai Ubed	39	21	23	4	0	87
		195	84	69	8	0	356
Jumlah		**68**	**41**	**46**	**19**	**0**	**174**
Total Skor		**340**	**164**	**138**	**38**	**0**	**680**

Sumber: Data Olahan 2019

Nilai Maksimal =>2 x 5 x 87 = 870

Nilai Minimal =>2 x 1 x 87 = 174

$$\frac{\textbf{Skor maksimal} - \textbf{Skor Minimal}}{\textbf{Item}} = \frac{870 - 174}{5} = \frac{696}{5} = 139,$$

Untuk mengetahui tingkat komitmen pada kedai Ubed, maka dapat ditentukan di bawah ini:

SangatSetuju = 730,8 – 870

Setuju = 591,6 – 730,8

Cukup Setuju = 452,4 – 591,6

KurangSetuju = 313,2 – 452,4

TidakSetuju = 174 – 313,2

Total skor dari dimensi komitmen dengan skor sebesar 680 dalam katagori setuju dengan rentang skor sebesar 591,6 – 730,8. Dari hasil ini menjelaskan bahwa konsumen sudah setuju dengan loyalitasnya terhadap Kedai Es Cincau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Ubed karena pelayanan yang baik dan menawarkan produk minuman yang berkualitas dan nikmat.

Berikut rekapitulasi jawaban responden terhadap pernyataan tentang hargaadalah sebagai berikut.

Tabel 5.25 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Saya tertarik untuk membeli kembali es cincau di Kedai Ubed	30	18	34	5	0	87
		150	72	102	10	0	334
2	Saya menyukai setiap rasa baru dari minuman es cincau di Kedai Ubed	28	22	25	12	0	87
		140	88	75	24	0	327
3	Saya merekomendasikan kepada keluarga dan teman untuk membeli es cincau di Kedai Ubed.	33	16	32	6	0	87
		165	64	96	12	0	337
4	Saya memberikan saran kepada keluarga dan teman untuk menikmati minuman es cincau di Kedai Ubed	29	26	18	14	0	87
		145	104	54	28	0	331
5	Saya setia menjadi pelanggan es cincau di Kedai Ubed	29	20	23	15	0	87
		145	80	69	30	0	324
6	Saya tidak akan berpindah ke minuman es cincau selali di Kedai Ubed	39	21	23	4	0	87
		195	84	69	8	0	356
Jumlah		**188**	**123**	**155**	**56**	**0**	**522**
Total Skor		**940**	**492**	**465**	**112**	**0**	**2009**

Sumber: Data Olahan 2019

Nilai Maksimal =>6 x 5 x 87 = 2.610

Nilai Minimal =>6 x 1 x 87 = 522

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

$$\frac{Skor\ maksimal\ -Skor\ Minimal}{Item} = \frac{2.610\ -522}{5} = \frac{2.088}{5} = 417,6$$

Untuk mengetahui tingkat loyalitaskonsumen pada KedaiUbed, maka dapat ditentukan di bawah ini:

SangatSetuju = 2.192,4 – 2.610

Setuju = 1.774,8 – 2.192,4

Cukup Setuju = 1.357,2 – 1.774,8

KurangSetuju = 929,6 – 1.357,2

TidakSetuju = 522 – 939,6

Total skor dari kepuasan konsumen sebesar 2.009 dalamkatagorisetuju dengan rentang skor sebesar 1.774,8 – 2.192,4. Dari hasil ini menjelaskan bahwa konsumen sudah setuju dengan loyalitasnya terhadap Kedai Es Cincau Ubed karena pelayanan yang baik dan menawarkan produk minuman yang berkualitas dan nikmat.

Tabel 5.26 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	AlternatifJawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Kedai Ubed menyediakan minuman es cincau sesuai dengan harapan konsumen	31	15	16	23	2	87
		155	60	48	46	2	311
2	Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyediakan rasa yang enak kepada konsumen	28	21	21	13	4	87
		140	84	63	26	4	317
3	Kedai Es Cincau Ubed berusaha menyajikan minuman es cincau sesuai dengan keinginan konsumen	29	18	24	13	3	87
		145	72	72	26	3	318

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

No	Pernyataan	AlternatifJawaban					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
4	Pegawai kedai Es Cincau memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang datang	29	17	26	12	3	87
		145	68	78	24	3	318
5	Kedai Es Cincau Ubed menyediakan minuman-minuman es cincau yang sesuai dengan janji kepada konsumen	27	22	20	13	5	87
		135	88	60	26	5	314
6	Saya tertarik untuk membeli kembali es cincau di Kedai Ubed	30	18	34	5	0	87
		150	72	102	10	0	334
7	Saya menyukai setiap rasa baru dari minuman es cincau di Kedai Ubed	28	22	25	12	0	87
		140	88	75	24	0	327
8	Saya merekomendasikan kepada keluarga dan teman untuk membeli es cincau di Kedai Ubed.	33	16	32	6	0	87
		165	64	96	12	0	337
9	Saya memberikan saran kepada keluarga dan teman untuk menikmati minuman es cincau di Kedai Ubed	29	26	18	14	0	87
		145	104	54	28	0	331
10	Saya setia menjadi pelanggan es cincau di Kedai Ubed	29	20	23	15	0	87
		145	80	69	30	0	324
11	Saya tidak akan berpindah ke minuman es cincau selali di Kedai Ubed	39	21	23	4	0	87
		195	84	69	8	0	356
Jumlah		**332**	**216**	**262**	**130**	**17**	**957**
Persentase		**34.69**	**22.57**	**27.38**	**13.58**	**1.776**	**100**
Total Skor		**1660**	**864**	**786**	**260**	**17**	**3587**

Sumber: Data Olahan 2019

5.4. Pengaruh Variabel Bebas (x) terhadap Variabel Terikat (y)

5.4.1 Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi sederhana digunakan untuk menggambarkan model hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi ini berisi nilai konstanta atau persimpangan dari koefisien regresi atau kemiringan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dan variabel independennya (Suliyanto, 2011: 53). Berdasarkan hasil penelitian, persamaan untuk menganalisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

Tabel 5.27Analisis Regresi Sederhana
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.191	.819		8.781	.000
	Kepuasan	.877	.043	.911	20.319	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas
Sumber Olahan Spss 22

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7{,}191 + 0{,}877X$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 7,191. Artinya adalah apabila kepuasan pelanggan diasumsikan bernilai nol (0), maka loyalitas pelanggan sebesar 7,191.
2. Nilai koefisien regresi 0,877 menyatakan bahwa jika kepuasan konsumen mengalami peningkatan 1 satuan, maka loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,877.

5.4.2 Uji SecaraParsial (Uji T)

Tes ini dilakukan untuk mengetahui dampak variabel independen individu terhadap variabel dependen. Tes ini dilakukan dengan membandingkan t yang diperoleh dalam perhitungan dengan nilai t dalam tabel t dengan tingkat kesalahan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

(∝) 5%. Rumus untuk memasukkan tabel t dengan nilai signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

T tabel = n – k – 1 : 0,05/2

T tabel = 87 – 2 – 1 : 0,05/2

T tabel = 85 : 0,025

T tabel = 1,988

Dengan criteria pengambilan keputusan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Bilat$_{Hitung}$>t$_{Tabel}$dengan nilai signifikasi < 0,05 maka hipotesis diterima
b. Bilat$_{Hitung}$<t$_{Tabel}$dengan nilai signifikasi > 0,05 maka hipotesis ditolak

Tabel 5.28Uji T Hitung
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.191	.819		8.781	.000
	Kepuasan	.877	.043	.911	20.319	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber Olahan Spss 22

Berdasarkan hasil penelitian dimana kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t_{hitung} (20,319) > t_{tabel} (1,988) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

5.4.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah nilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin besar

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variasi variasi variabel dependen. Lihat Tabel 5.29 di bawah untuk lebih jelasnya:

Tabel 5.29 KoefisienDeterminasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911[a]	.829	.827	2.25036

a. Predictors: (Constant), Kepuasan
b. Dependent Variable: Loyalitas
Sumber Olahan Data Spss 22

Dari tabel 5.23 di atas dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,829menjelaskanloyalitaskonsumendapatdipengaruhioleh kepuasansebesar 82,9%sementarasisanya17,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidakdigunakandalampenelitianini.

5.5 PembahasanKepuasanPelangganTerhadapLoyalitasMembeli Es Cincau Pada kedai Ubed Jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu

Berdasarkanhasilpenelitiandiperolehpersamaanregresi linier sederhanaadalah**Y= 7,191+ 0,877X.** Artinya adalah apabila kepuasanpelanggandiasumsikan bernilai nol (0), maka loyalitaspelangganbesar 7,191. Jika kepuasanpelanggan mengalami peningkatan 1 satuan, makaloyalitaspelangganakanmengalamipeningkatansebesar 0,877.Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} (20,319) > t_{tabel} (1,988) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05 maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.Sementara

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

nilai R Square sebesar0,829 menjelaskan loyalitas pelanggandapat dipengaruhi oleh kepuasan sebesar 82,9%sementarasisanya17,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidakdigunakan dalam penelitian ini.

Menurut Kotler (2008) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidak puasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan.Griffin Loyalty (2010: 04) adalah konsumen yang digambarkan sebagai loyal atau loyal jika konsumen secara teratur menunjukkan perilaku membeli atau jika ia harus membeli setidaknya dua kali dalam periode waktu tertentu. Menurut Fandy Tjiptono (2000; 111), loyalitas pelanggan berarti: "Loyalitas adalah situasi di mana konsumen mengevaluasi produk atau pabrikan (penyedia layanan) secara positif dan disertai dengan skema pembelian yang konsisten". Definisi di atas menunjukkan bahwa loyalitas menunjukkan perilaku pembelian rutin berdasarkan unit keputusan dan dapat disimpulkan bahwa loyalitas terdiri dari dua komponen. Loyalitas sebagai perilaku yang merupakan pengulangan pembelian yang konsisten dan kesetiaan sebagai sikap yang mewakili sikap positif terhadap suatu produk atau produsen (penyedia layanan). Karena itu, perusahaan perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen agar tetap loyal terhadap merek. Loyalitas bukanlah persentase konsumen yang membeli pertama, tetapi pembelian. Loyalitas adalah persentase orang yang telah membeli selama periode waktu tertentu dan telah melakukan pembelian berulang sejak pembelian pertama.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada kedai Ubed jalan Diponegoro Belilas Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu, bahwa kepuasan sangat berpengaruh kuat terhadap loyalitas.Dimana kepuasan pelanggan sudah dalam katagori baik, begitu juga loyalitaspelanggan dalam katagori baik.
2. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t_{hitung} (20,319) > t_{tabel} (1,988) dan nilai signifikasi yang dihasilkan sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.
3. Sementaranilai R Square sebesar 0,829 menjelaskan loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh kepuasan sebesar 82,9% sementara sisanya 17,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Dari hasil kesimpulan, maka saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagaiberikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Sebaiknya kedai Es Cincau Ubed dapat mempertahankan kepuasan pelanggan dengan menyedikan rasa minuman yang bervariasi dan enaksaatdikonsumsi.
2. Disarankan kepada Kedai Es Cincau Ubed untuk dapat kualitas dari produk es cincau yang ditawarkan, halini agar rasa puas konsumen dapat selalu terjaga dengan baik sehingga menimbulkan tingkat loyalitas yang tinggi.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lagipenelitian dengan menambahkan variable lainnya yang dapat mempengaruhi tingginya rasa puas yang terjadi pada dalam diri seorang pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Alma Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa,* Alfabeta, Bandung.

AngiporaMarius P, 2002, *Dasar-dasar Pemasaran,* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Anastasya, diana, & setiyawati, lilis, 2009. *Pemasaran jasa* . yohyakarta: andi.

Abu, Ahmadi dan Supriyono, Widodo. 2012. *Psikologo Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta

Baye R. Michael, Prince T. Jeffrey2016, *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bisnis*. Buku 1 Edisi 8, Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Chandra, Gregorius, 2008, *Strategi dan program pemasaran,* edisi pertama, Penerbit : Andi YogYakarta.

Gitosudarmo,Indriyo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, Penerbit, BPFE-YOGYAKARTA.

Griffin, Ebert, *Pengantar Bisnis,* Edisi kesepuluh, Alih Bahasa : Devri Barnadi Putera : PT Gelora Aksara Pratama : Jakarta,2015.

Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM, SPSS 22,* Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam& Castellan N John, 2002, *Stastistik Non-Parametik*: *Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*, Semarang:BP-UNDIP.

Kanuk, Schiffman,2004, *Perilaku konsumen,* Edisi 7. Prentice Hall, Jakarta.

Kasmir, 2005, *Pemasaran,* Jakarta:Kencana.

Kotler, Philip, 2000,*Prinsip-prinsip Manajemen,* Jakarta:Prenhalindo.

Kotler, Philip,2005, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 11, Jakarta: Prenhalindo

Kotler, Philip; Gary Armstrong,2006, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 12, Alih Bahasa: Bob Sabran,M.M. : PT Gelora Aksara Pratama : Jakarta

Kotler, Philip; Gary Armstrong, 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 2, Edisi 12, Alih bahasa : Bob Sabran, M.M: PT Gelora Aksara Pratama : Jakarta

Kotler dan Keller ,2009, *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1 Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2011. *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Erlangga: Jakarta.

Mowen, Jhon dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Erlangga.

Peraturan Menteri Kesehatan No. 712/1986.

Pranata, Mario, 2013, *PengaruhBauranPemasaranTerhadap Keputusan Pembelian di RumahMakanBamara Surabaya.*

Rangkuti, Freddy,2009, *Strategi Promosi yang Kreatif,* Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.

Riansyah, Putra 2014, *Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak Djoeragan Pekanbaru.*

Saladin, Djaslim, 2006, *Manajemen Pemasaran,* Edisi 4, Bandung: Linda karya.

Simamora Bilson, 2001, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono, 2003,*MetodePenelitianBisnis*,Bandung, Penerbit Alfabeta.

Sutriyati, 2003, *Analisis Penjualan Bauran Pemasaran Pada Perusahaan Catering di Daerah Istimewa Yogjakarta.*

Tjiptono, Fandy, 2005, *Pemasaran Jasa,* Edisi 1, Yogyakarta:Penerbit Bayumedia Publishing.

Umar,Husein.2005,*MetodePenelitianUntukSkripsidanTesisBisnisEd7*,Jakarta, Penerbit Rajawali Pers.

Wahyuni, Nampi, 2016,*Pengaruh Persepsi Konsumen, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV Bitha Catering Kediri.*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :