

RINGKASAN

Hotria Simbolon. 125040101111212. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Baker's King Donuts & Coffee MX Malang, Jawa Timur. Di bawah bimbingan Silvana Maulidah, SP.MP sebagai Pembimbing Utama.

Bisnis *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) khususnya makanan dan minuman telah mengalami perkembangan yang pesat. Pada saat ini banyak masyarakat yang lebih menyukai makanan cepat saji dengan rasa yang enak dan harga yang relatif murah namun kualitas tetap terjamin. Untuk memenuhi permintaan masyarakat tersebut harus diciptakan suatu kegiatan usaha yang sifatnya kreatif, inovatif dan memiliki daya saing yang tinggi sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk membeli produk yang kita tawarkan, sehingga banyak pelaku bisnis membangun bisnis di bidang pangan. Semakin banyak tawaran kepada konsumen maka konsumen akan semakin selektif dalam memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Konsumen yang merasa puas akan mengindikasikan akan adanya pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan. Banyaknya bisnis yang berkembang dibidang makanan mengindikasikan bahwa persaingan dalam industri makanan semakin beragam. Persaingan yang terjadi antar perusahaan roti semakin lama semakin meningkat. Perusahaan roti dan bakery terus meningkat hingga 15% pada tahun 2015. Peningkatan mencapai 12% per tahun dengan omzet total Rp17 triliun hingga September 2014, perkiraan omzetnya mencapai Rp 20 triliun (Hardijaya, 2014). Perusahaan harus cepat tanggap terhadap perubahan perilaku konsumen, dengan memahami perilaku konsumen maka akan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Semakin banyak pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang yang sejenis dan memproduksi produk yang sama. Hal ini tentu akan membuat semakin sulit dalam menentukan pilihan terhadap produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Salah satu hal yang dapat dilakukan pelaku bisnis untuk dapat mempertahankan pelanggan agar tetap loyal yaitu memberikan kualitas layanan yang baik, kualitas produk yang terjamin, serta nilai yang dirasakan oleh pelanggan terpenuhi sehingga konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan dan tetap loyal. Pentingnya loyalitas pelanggan bagi pelaku bisnis yaitu untuk menjaga kelangsungan sebuah usaha agar tetap ada dan dapat berkembang sehingga perlu diadakan sebuah analisis agar pelaku bisnis dapat menentukan strategi yang tepat untuk menjaga kesetiaan dari konsumen. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu (1) Menganalisis pengaruh kualitas produk (*Product quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), (2) Menganalisis pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), (3) Menganalisis pengaruh nilai (*Perceived value*) yang dirasakan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), (4) Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*).

Penelitian dilakukan di Baker's King Donuts & Coffee yang berada di MX Mall, Kota Malang, Jawa Timur. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan pertimbangan tertentu (*purposive*), yaitu Baker's King merupakan salah satu *bakery* terbesar di Kota Malang dan merupakan salah satu karya anak bangsa yang

dapat bersaing dengan perusahaan *bakery* lainnya, dan merupakan gerai pertama yang dibuka di Kota Malang. Pertimbangan pemilihan lokasi penelitian ini berdasarkan karena berada ditempat yang strategis dan mudah dijangkau. Lokasi pengambilan responden berada di outlet langsung. Kegiatan penelitian dilaksanakan selama tiga minggu pada bulan Maret 2016. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara dan observasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Metode analisis data pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, dan analisis *structural equation modeling* (SEM). *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan untuk menguji model dan hubungan-hubungan yang dikembangkan.

Hasil penelitian ini antara lain: (1) Kualitas produk memiliki hubungan langsung terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,847. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dengan variabel pembentuk citarasa, varian rasa, penyajian produk, desain kemasan, dan kesesuaian harga sangat kuat. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pelanggan cukup mengenal produk tersebut. (2) Kualitas layanan memiliki hubungan langsung terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar -0,428. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan rendah dengan variabel pembentuk penampilan pegawai, pelayanan yang diberikan, ketersediaan pegawai, penanganan, pegawai yang kompeten, kebersihan tempat, kemodernan sarana, dan reputasi perusahaan. Kemodernan sarana yang dimiliki menjadi variabel indikator yang rendah dalam membentuk kualitas layanan yang berpengaruh dalam membangun kepuasan. (3) Nilai yang dirasakan memiliki hubungan langsung terhadap kepuasan pelanggan dengan memiliki koefisien jalur sebesar 0,561. Hal ini menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan oleh pelanggan dengan variabel pembentuk kepuasan atas harga yang disepakati, waktu pelayanan, citra (*image*) cukup baik sehingga kepuasan pelanggan yang dibangun juga kuat. (4) Kepuasan pelanggan memiliki hubungan langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien jalur 0,977. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dengan variabel pembentuk pilihan yang tepat, memenuhi harapan, pengalaman yang menyenangkan memiliki kekuatan yang tinggi sehingga pelanggan tetap loyal.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan maka saran yang dapat diberikan antara lain: (1) Variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling kuat dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga pelaku bisnis harus tetap mempertahankan kualitas produk dengan menambah berbagai macam produk untuk menambah variasi produk lainnya. (2) Variabel kualitas layanan yang masih rendah perlu dilakukan perbaikan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu memperbaiki sarana yang dimiliki seperti menjaga kebersihan meja dan kursi yang disediakan serta penyediaan tisu untuk setiap meja untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan untuk tetap mempertahankan loyalitas pelanggan. (3) Pelaku bisnis harus memperhatikan kepuasan pelanggan secara terus menerus dengan melakukan perbaikan terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan. (4) Karena keterbatasan penelitian diharapkan bagi akademis yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan faktor-faktor yang loyalitas pelanggan, maka dapat menambahkan beberapa variabel dan indikator karena melalui variabel dan indikator tersebut peneliti mampu mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

SUMMARY

Hotria Simbolon. 125040101111212. Analysis of Factors That Influence Customer Loyalty at Baker's King Donuts & Coffee MX Malang, East Java. Under The Guidance of Silvana Maulidah, SP. MP as Main Supervisor.

The business of Fast Moving Consumer Goods (FMCG), especially food and drink has been development. At this time a lot of people who prefer fast food with good taste and a relatively cheap price, but the quality remains guaranteed. To meet the public demand must be created by a business activity that is creative, innovative and have high competitiveness so that it can attract people to buy the products that we offer, so many business people build a business in the field of food. More and more deals to consumers, consumers will be more selective in their choice of goods or services to be consumed. Consumers who are satisfied will indicate the existence of the repurchase of the products offered. The number of growing businesses in the food indicates that competition in the food industry increasingly diverse. Competition between enterprises bread progressively increasing. Bread and bakery company continued to increase to 15% in 2015. The increase reaches 12% per year with a total turnover of Rp17 trillion as of September 2014, the turnover forecast to reach Rp 20 trillion (Hardijaya, 2014). Companies must be responsive to changes in consumer behavior, to understand consumer behavior it will be able to meet the needs and desires of consumers.

More businesses are engaged in similar and produce the same product. It certainly would make more difficult in determining the choice of products that fit their needs. One of the things that can be done to be able to retain businesses to remain loyal customers that provide good quality service, product quality is assured, and the value perceived by the customer are met so that consumers are satisfied with the services provided and remain loyal. The importance of customer loyalty for businesses is to maintain the continuity of the business in order to remain there and can grow so there should be an analysis so that business can determine the right strategy to keep the loyalty of consumers. The purpose of this study are (1) to analyze the influence of the quality poduk to customer satisfaction, (2) to analyze the effect of quality of service to customer satisfaction, (3) to analyze the influence of the value perceived customer to customer satisfaction, (4) to analyze the influence of customer satisfaction) on customer loyalty.

The study was conducted at the Baker's King Donuts & Coffee is located in MX Mall , Malang , East Java . Location research with particular consideration (purposive) , namely Baker 's King is one of the largest bakery in Malang and is one of the nation who can compete with other bakery companies , and is the first store opened in the city of Malang . Consideration of site selection for this study based on place is strategically located within easy reach . The location of the respondents were in direct outlets . The research activities carried out for three weeks in March 2016 . Methods of data collection in this research is interview and observation . The data used in this study are primary and secondary data . Methods of data analysis in this research is descriptive analysis , and structural analysis equation modeling (SEM) . Structrual Equation Modeling (SEM) was used to test the model and the relationships developed.

The results of this study include: (1) The product quality has a direct relationship to customer satisfaction with the value of the path coefficient of 0.847. This shows that the quality of the product by forming variable flavors, flavors, presentation of products, packaging design, and compliance rates are very strong. These test results indicate that customers are quite familiar with these products. (2) The service quality has a direct relationship to customer satisfaction with path coefficient of -0.428. This suggests that the effect of low service quality by forming variable appearance of employees, services provided, availability of employees, management, competent employees, the cleanliness of the place, modernity means, and the company's reputation. Modernity facilities owned into a low indicator variables in shaping the quality of service that is influential in building satisfaction. (3) The perceived value has a direct relationship to customer satisfaction by having a path coefficient of 0.561. This indicates that the value perceived by the customer with the satisfaction variables forming above the agreed price , service time , the image is good enough so that customer satisfaction is built also strong . (4) Customer satisfaction has a direct link to customer loyalty with path coefficient 0.977 . This shows that customer satisfaction with the variables forming the right choice , meet expectations, a pleasant experience to have high strength so that customers remain loyal.

Based on the conclusions that have been described, the advice that can be given, among others: (1) The variable product quality is the variable most powerful in influencing customer satisfaction so that businesses should still maintain the quality of products by adding a wide range of products to add variety of other products. (2) The variable service quality remains low needs to be improved in order to increase customer satisfaction is to improve facilities owned such as keeping the tables and chairs are provided as well as the provision of tissue for each table to be able to improve customer satisfaction to maintain customer loyalty. (3) Business people should take customer satisfaction continuously to make improvements to the quality of the products and services provided. (4) Due to the limitations of the study are expected for academic who will conduct research related to factors of customer loyalty, it can add some variables and indicators for through the variables and indicators that researchers were able to determine the most dominant factors that affect customer loyalty.