

**ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN
(Studi Kasus pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”
Kebarongan Kemranjen Banyumas)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:
SHOFI AMALIYAH
NIM. 1522201029

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Shofi Amaliyah**
NIM : **1522201029**
Jenjang : **S.1**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**
Jurusan : **Ekonomi Syaria'ah**

Judul Skripsi : **Analisis Hubungan Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Warung Nasi Goreng "Pak Kasno" Kebarongan Kemranjen Banyumas)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 29 Mei 2019

Saya yang menyatakan,



Shofi Amaliyah
NIM. 1522201029



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
DENGAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA WARUNG NASI GORENG
"PAK KASNO" KEBARONGAN KEMRANJEN BANYUMAS)**

Yang disusun oleh Saudari **Shofi Amaliyah NIM. 1522201029** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa**, tanggal **02 Juli 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan. Lc., M.Ag.
NIP. 197412172003121006

Sekretaris Sidang/Penguji

Siti Ma'sumah. M.Si.
NIDN. 2010030303

Pembimbing/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari. M.Si.
NIP. 197807162009012006

Purwokerto, Juli 2019

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz. M.Ag.
NIP. 197309212002121004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Shofi Amaliyah NIM.1522201029 yang berjudul :

**ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA WARUNG NASI GORENG “PAK KASNO”)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 29 Mei 2019

Pembimbing,



Sofia Yustiani Suryandari, M.Si.

NIP. 197807162009012006

MOTTO

“Memulai dengan penuh keyakinan, berjalan dengan penuh ketangguhan dan berbagi dengan penuh keikhlasan”

“Tetap berusaha meskipun PHP ada dimana-mana”



**ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN
(Studi Kasus pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”
Kebarongan Kemranjen Banyumas)**

Shofi Amalivah
NIM. 1522201029

Email : shofi_sweet@ymail.com

Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat antara perusahaan penyedia produk makanan atau kuliner belakangan ini bukan hanya disebabkan karena globalisasi. Tetapi juga disebabkan karena pelanggan semakin cerdas, sadar harga, banyak menuntut, kurang memaafkan, dan didekati oleh banyak produk. Semakin ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas produk, menjaga kestabilan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan. Sehingga dapat menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel penelitian diambil menggunakan metode *convenience sampling* sebanyak 100 responden. Data diambil melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen. Analisis data dilakukan melalui analisis korelasi *rank spearman* dan analisis regresi ordinal dengan alat bantu SPSS.

Hasil pengujian korelasi *rank spearman* menunjukkan bahwa hasil dari sig. (2-tailed) pada hubungan kualitas produk dan loyalitas pelanggan sebesar 0.003, hasil dari sig. (2-tailed) hubungan harga dan loyalitas pelanggan sebesar 0.053, dan hasil dari sig. (2-tailed) pada hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebesar 0.036.

Berdasarkan analisis korelasi *rank spearman* disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”, sedangkan variabel harga tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

**ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP OF PRODUCT
QUALITY, PRICE AND SERVICE QUALITY WITH
CUSTOMER LOYALTY
(Case Study at “Mr. Kasno” Fried Rice Stall Kebarongan
Kemranjen Banyumas)**

**Shofi Amalivah
NIM. 1522201029**

Email : shofi_sweet@ymail.com

Islamic Economics Departement of Islamic Economics and Business Faculty
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

The increasingly intense competition between food or culinary products providers lately is not only due to globalization. But also because customers are getting smarter, price conscious, many demanding, less forgiving, and approached by many products. Increasingly tight business competition, cause customers to have more alternative products, varied price and quality, so customers will always look for the highest perceived value of some products. Therefore, companies are required to improve product quality, maintain price stability and improve service quality. So that it can foster and retain customer loyalty.

This research aims to know how much the product quality affects, price and quality of service on customer loyalty at “Mr. Kasno” Fried Rice Stall. This research uses quantitative research methods. Sample research is taken using the convenience sampling method of one hundred (100) respondents. Data collected through dissemination of questionnaires to consumers. Data analysis is conducted through a correlation analysis of the rank spearman and ordinal regression analysis with SPSS aids.

The correlation test rank of spearman indicates that the result of the sig. (2-tailed) in the relationship of product quality and customer loyalty of 0.003, result of the sig. (2-tailed) in the relationship of price and customer loyalty of 0.053, and result of the sig. (2-tailed) in the relationship of service quality and customer loyalty of 0.036.

Based on the correlation analysis rank spearman concluded that variable quality product and service quality have a significant relationship with customer loyalty at “Mr. Kasno” Fried Rice Stall, while the price variable does not have a significant relationship with customer loyalty at “Mr. Kasno” Fried Rice Stall.

Keywords : Product Quality, Price, Service Quality, Customer Loyalty

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/U/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħ	ħ	ha (dengan titik di atas)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	gr
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apstrof
ي	ya'	y	ye

2. Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	Muta'addidah
عدة	ditulis	'iddah

3. *Ta Marbūṭah* diakhir kata bila dimatikan tulis h

حكمة	ditulis	Hikmah
جزية	ditulis	'Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karamah al-auliya
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة الفطر	ditulis	Zakat al-fitr
------------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jahiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karim
4.	Dammah	ditulis	u
	فروض	ditulis	furud

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	ditulis	a'antum
-------	---------	---------

اعدت	ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	ditulis	la'in syakartum

8. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	ditulis	al-qur'an
القياس	ditulis	al-qiyas

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	as-sama
الشمس	ditulis	asy-syams

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	ditulis	Zawi al-furud
اهل السنة	ditulis	Ahl as-sunah

IAIN PURWOKERTO

LEMBAR PERSEMBAHAN



Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, kupersembahkan karya sederhana ini teruntuk :

1. Allah SWT, Terimakasih ya Allah selalu mendengarkan dan mengabulkan doa-doa hambamu ini, terimakasih telah mempermudah dan melancarkan urusan hamba, semoga senantiasa di lancarkan segala urusan hamba sampai akhir, Aaaaamiiiiin.
2. Orang tuaku tercinta, Mama Saryati dan Bapak Kasno. Mereka berdualah yang selama ini senantiasa berada dibelakang saya, yang siap kapanpun saya membutuhkan. Terimakasih selalu dengan ikhlasnya mendoakan saya, menasehati saya, membimbing saya dan merawat saya sampai saat ini, sampai menempuh pendidikan perguruan tinggi, sampai sebesar ini, kalian adalah alasan saya untuk mencapai mimpi-mimpi saya dan saya meminta maaf karena selalu merepotkan kalian berdua, doakan selalu anakmu ini untuk sukses.
3. Kakak perempuankuku satu-satunya, Anik Khilkiyah. Dia adalah orang yang paling mengerti dan paling tahu tentangku sebelum aku memberitahu.
4. Adik Laki-lakiku, Oh Makwan Subakti. Dia adalah orang yang tidak pernah sejalan dengan pemikiranku. Tapi dia yang selalu ada saat aku butuh *tethering*.
5. Kakak Iparku, Akhmad Awaludin. Yang turut membantu dan mendo'akanku sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Mantanku, Dhuha Wildan Fauzi.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”)” dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya dan pengikutnya sampai akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Penulis menyadari, dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu melalui kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
2. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
3. Dr. H. Akhmad Fauzan, Lc., M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik penulis di kelas Ekonomi Syari’ah A angkatan 2015.
4. Sofia Yustiani Suryandari, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas kesabarannya dalam membimbing dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sulasih, S.E., M.Si dan Dani Kusumastuti, S.E., M.Si, selaku dosen yang selalu menginspirasi penulis untuk menjadi dosen seperti mereka.
6. Seluruh Dosen dan Staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang telah membekali ilmu pengetahuan selama ini dan segala

bantuan serta fasilitas yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak Kasno, selaku pemilik Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian sehingga skripsi ini dapat selesai.
8. Orang tuaku tercinta, Mama Saryati dan Bapak Kasno. Mereka berdualah yang selama ini senantiasa berada dibelakang saya, yang siap kapanpun saya membutuhkan. Terimakasih selalu dengan ikhlasnya mendoakan saya, menasehati saya, membimbing saya dan merawat saya sampai saat ini, sampai menempuh pendidikan perguruan tinggi, sampai sebesar ini, kalian adalah alasan saya untuk mencapai mimpi-mimpi saya.
9. Kakak perempuanku satu-satunya, Anik Khilkiyah. Dia adalah orang yang paling mengerti dan paling tahu tentangku sebelum aku memberitahu.
10. Adik laki-lakiku, Oh Makwan Subakti. Dia adalah orang yang tidak pernah sejalan dengan pemikiranku. Tapi dia yang selalu ada saat aku butuh *tethering*.
11. Kakak Iparku, Akhmad Awaludin. Yang turut membantu dan mendo'akanku sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
12. Mbah Putri Soemarmo dan Mbah Kakung (Ibu dan Bapak Kos), terimakasih sudah selalu perhatian denganku, dan selalu nanyain keadaan skripsiku.
13. Mantanku, Dhuha Wildan Fauzi. Dia adalah yang menemani perjalananku sejak dari pertama akan masuk kuliah, dia yang senantiasa ada dan mendukung semua keputusan baikku. Yang selalu berjalan beriringan bersamaku. Terimakasih untuk 3 tahun setengah waktumu yang sudah diberikan kepadaku. Kamu tetap menjadi teman yang terbaik untukku.
14. Ghofar Al Amin, terimakasih sudah selalu berada dibelakangku dan senantiasa mendengar sambatanku.
15. Muftia Dian Apriyani, biasa dipanggil tia, terimakasih karna selalu menghiburku dengan tag-mu di tweet-tweet lucu, dan terimakasih karna selalu nanya gimana skripsiku dan menyemangatiku!

16. Atika Rakhma, atau disebut juga Arra. Terimakasih sudah menjadi tukang pulsa yang selalu ada dan selalu siap aku hutangi, dan terimakasih sudah memberi semangat untukku.
17. Nur Laela Safitri, penasehat percintaan, paling mengerti tentang hubungan yang baik dengan pasangan, tapi dia sendiri jomblo! Terimakasih selalu mendengarkan curhatan masalah percintaanmu dan pemberi solusi yang baik. Terimakasih juga selalu memberi semangat untukku sehingga bisa terwujudnya skripsi ini.
18. Terimakasih Risma Umami, sudah menginspirasi untuk segera mengerjakan skripsi sehingga terwujudlah skripsi ini.
19. Terimakasih Bang Jamal dan Insi, sudah membantu menghilangkan kepenatanmu mengerjakan skripsi.
20. Teman-temanmu angkatan 2015, Jurusan Ekonomi Syariah Kelas A (Ipeh, Maudy, Tita, Lele, Wulan, Afi, Ida, Tika, dkk) yang selalu membantu, memberikan motivasi, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak sehingga terwujud skripsi ini.
21. IMM Ahmad Dahlan IAIN Purwokerto, IMM Komisariat Hisyam. Terimakasih sudah memberi begitu banyak hal berharga untukku. Terimakasih Immawan dan Immawati sudah memberi semangat sehingga terwujud skripsi ini.
22. IKAPMAWI Banyumas, terimakasih sudah ada dan berada disekelilingmu. Sudah memberi kenyamanan memberikan dukungan sehingga terwujudnya skripsimu ini.
23. Terimakasih untuk adik-adikmu, Jaenal, Okta, Pepeng, Faqih, Panji, sudah memberiku semangat sehingga terwujudnya skripsi ini.
24. Semua pihak yang terkait yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tidak ada kata yang dapat diungkapkan untuk menyampaikan rasa terimakasih, melainkan hanya doa semoga amal baiknya diterima oleh Allah SWT dan dicatat sebagai amal shaleh. Akhirnya kepada Allah SWT, penulis

kembalikan dengan selalu memohon hidayah, taufiq serta ampunan-Nya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aaaaamiiiiin.

Purwokerto, 29 Mei 2019

Shofi

Shofi Amaliyah
NIM.1522201029



DAFTAR ISI

Halaman

<i>COVER</i>	
<i>COVER</i> Dalam	
PERNYATAAN KEASLIAN	i
PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia)	v
ABSTRACT (Bahasa Inggris)	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN	ix
LEMBAR PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional	7
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Produk	11
B. Harga	15
C. Kualitas Pelayanan	17
D. Loyalitas Pelanggan	21

E. Penelitian Terdahulu	23
F. Kerangka Pemikiran	26
G. Hipotesis	28
H. Landasan Teologis.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
D. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian	37
E. Teknik Pengumpulan Data Penelitian	39
F. Metode Analisis Data Penelitian	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	46
B. Gambaran Umum Responden.....	47
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	51
D. Analisis Rank Spearman.....	56
E. Analisis Regresi Ordinal.....	59
F. Analisa Jawaban Responden	65
G. Pembahasan Hasil Penelitian	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu 23
3.1	Indikator Penelitian 38
4.1	Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 48
4.2	Presentase Responden Berdasarkan Usia..... 49
4.3	Presentase Responden Berdasarkan Sumber Infor- masi Tentang Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” 49
4.4	Presentase Alasan Responden Mengunjungi Kembali Warung Nasi Goeng “Pak Kasno” 50
4.5	Presentase Resonden Bedasarkan Jumlah Kunjungan 50
4.6	Validitas Variabel Kualitas Produk..... 52
4.7	Validitas Variabel Harga..... 53
4.8	Validitas Variabel Kualitas Pelayanan..... 53
4.9	Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan 54
4.10	Hasil Uji Reliabilitas 55
4.11	Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 1..... 57
4.12	Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 2..... 58
4.13	Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Hipotesis 3..... 59
4.14	Output Regresi Ordinal : <i>Warnings</i> 61
4.15	Output <i>Case Processing Summary</i> 61
4.16	Output <i>Fitting Information</i> 62
4.17	Output <i>Goodness of-fit</i> 63
4.18	Output <i>R-square</i> 63
4.19	Output <i>Parameter Estimates</i> 64

4.20	Jawaban Responden Mengenai Menu Yang Beragam.....	66
4.21	Jawaban Responden Mengenai Rasa Makanan Yang Enak.....	66
4.22	Jawaban Responden Mengenai Porsi Yang Sesuai Standar Konsumen	67
4.23	Jawaban Responden Mengenai Rasa Yang Konsisten.....	67
4.24	Jawaban Responden Mengenai Ketersediaan Mengganti Makanan Apabila Tidak sesuai Dengan Pesanan	68
4.25	Jawaban Responden Mengenai Makanan Dengan Tampilan Yang Menarik	68
4.26	Jawaban Responden Mengenai Harga Makanan Yang Terjangka....	69
4.27	Jawaban Responden Mengenai Harga Makanan Yang Sesuai Dengan Daya Beli Konsumen	70
4.28	Jawaban Responden Mengenai Harga Makanan Yang Sesuai Dengan Porsi Yang Diberikan	70
4.29	Jawaban Responden Mengenai Harga Makanan Yang Lebih Murah dibandingkan Tempat Lain	71
4.30	Jawaban Responden Mengenai Harga Makanan Yang Sesuai Dengan Cita Rasa Yang Diberikan	71
4.31	Jawaban Responden Mengenai Fasilitas Yang Bersih.....	72
4.32	Jawaban Responden Mengenai Fasilitas Yang Memadai	72
4.33	Jawaban Responden Mengenai Karyawan Yang Berpenampilan Rapi	73
4.34	Jawaban Responden Mengenai Pelayanan Yang Cepat Dalam Penyajian.....	73

4.35	Jawaban Responden Mengenai Pelayanan Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen.....	74
4.36	Jawaban Responden Mengenai Karyawan Yang Tanggap Dalam MeresponPermintaan Konsumen	74
4.37	Jawaban Responden Mengenai Karyawan Yang Terampil Dalam Memberikan Pelayanan.....	75
4.38	Jawaban Responden Mengenai Karyawan Yang Perhatian Kepada Konsumen	76
4.39	Jawaban Responden Mengenai Akan Kembali Mengunjungi Dan Membeli Ke Warung Nasi Goreng Pak Kasno” Secara Terus-Menerus.....	76
4.40	Jawaban Responden Mengenai Akan Selalu Mencoba Produk Baru Pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”	77
4.41	Jawaban Responden Mengenai Akan Merekomendasikan Kepada Teman-Teman Untuk Membeli di Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”	77
4.42	Jawaban Responden Mengenai Akan Merekomendasikan Kepada Keluarga Untuk Membeli di Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”	78
4.43	Jawaban Responden Mengenai Tidak Akan Beralih Kepada Warung Nasi Goreng Yang Lain (Setia) Terhadap Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”	78

DAFTAR GAMBAR

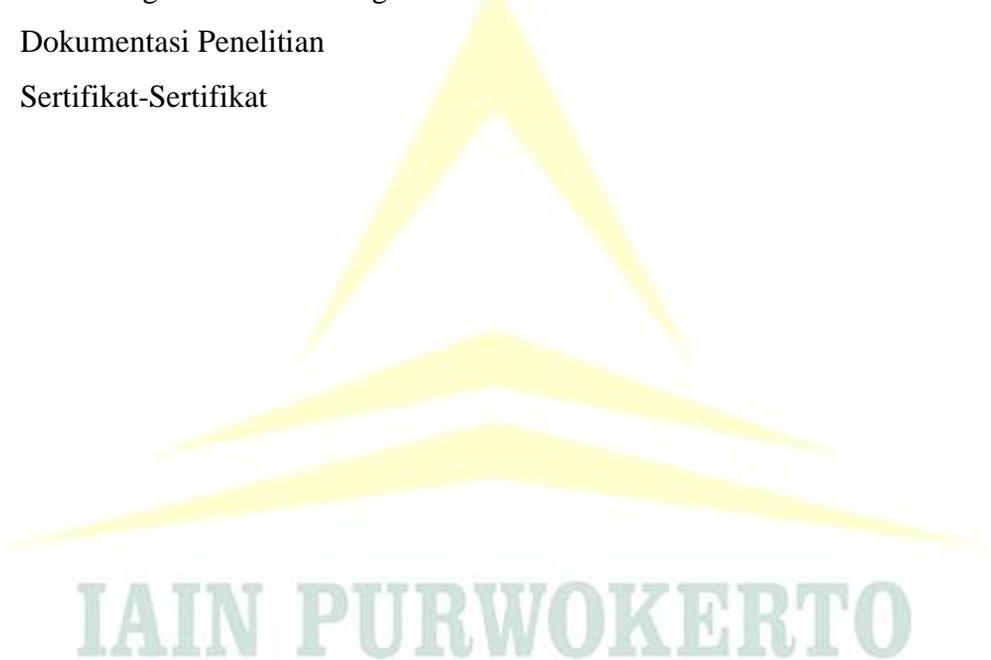
	Halaman
1.1	Jumlah Pengujung Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” Tahun 2017 5
1.2	Omset Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” Tahun 2017 6
2.1	Kerangka Pemikiran 28
4.1	Lokasi Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” 46
4.2	Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” 47



DAFTAR LAMPIRAN

No Keterangan

- 1 Surat Izin Penelitian
- 2 Kuesioner Penelitian
- 3 Rekapitulasi Jawaban Responden
- 4 Distribusi Jawaban Responden
- 5 Analisa Jawaban Responden
- 6 Karakteristik Responden
- 7 Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 16
- 8 Dokumentasi Penelitian
- 9 Sertifikat-Sertifikat



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makan dan minum masih menjadi kebutuhan yang diutamakan maka bisnis kuliner pasti akan terus berjalan dan berkembang. Hal ini ditandai dengan maraknya kehadiran restoran-restoran atau rumah makan yang menawarkan berbagai macam makanan dengan berbagai inovasi yang mampu mengambil hati para konsumen dan sudah tidak diragukan lagi mampu bersaing di pasar, karena masyarakat Indonesia sendiri adalah mayoritas penggemar makanan.¹

Konsumen juga dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk, dan dari berbagai macam produk tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, apalagi saat ini konsumen sangat pintar, cermat dan hati-hati dalam menentukan pilihannya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Alasan ini yang membuat perusahaan untuk memperkuat produknya untuk menarik konsumen, agar selalu diingat oleh konsumen dan melekat dibenak para konsumen. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2008, p.244) adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan, serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.² Produk yang memiliki kualitas produk yang kuat dan positif akan lebih mudah diingat oleh konsumen dan konsumen akan mempertimbangkan jika menggunakan produk yang lain.

¹ Dewi Kurniawati, dkk, *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Malang : Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 14 No 2, 2014) hlm. 2.

² Deny Irawan, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel, Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*, (Surabaya : Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1 No.2, 2013), hlm. 2.

Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi : jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.³

Selain kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan juga penting untuk meyakinkan akan produk tersebut terhadap konsumen. Menurut William J. Stanton, harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga seringkali disebut sebagai indikator nilai, jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu barang atau jasa.⁴ Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Kualitas layanan adalah hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada konsumen, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai.⁵ Secara sederhana, kualitas layanan bisa diartikan sebagai “ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan” (Lewis & Booms, 1983). Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.⁶

³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 209.

⁴ Lina Sari Situmeang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*, (Sumatera Utara : UIN Sumatera Utara, 2017), hlm. 20.

⁵ Felita Sasongko, dkk, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*, (Surabaya : Jurnal Manajemen Petra Vol. 1, No. 2, 2013), hlm. 2.

⁶ Fandy Tjiptono, *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2008), hlm. 157.

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan di atas alternatif tawaran organisasi pesaing. Loyalitas pelanggan juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan pelanggan atas tawaran tertentu.⁷

Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut. Pelanggan (*Customer*) berbeda dengan konsumen (*Consumer*), seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli atau konsumen. Selanjutnya Griffin berpendapat bahwa seseorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.⁸

Loyalitas pelanggan perlu diperoleh karena pelanggan yang setia akan aktif berpromosi, memberikan rekomendasi kepada keluarga dan sahabatnya, menjadikan produk sebagai pilihan utama, dan tidak mudah pindah.⁹ Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Pemasar sangat mengharapkan dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Seorang pelanggan yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi organisasi. Pelanggan

⁷ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*, (Jakarta : Rajawali Press, 2012), hlm. 15.

⁸ Trisno Musanto, *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV.Sarana Media Advertising Surabaya*, (Surabaya : Jurnal Ekonomi Manajemen, 2004), hlm. 128.

⁹ Ahmad Mardalis, *Meraih Loyalitas Pelanggan*, (Surakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta), hlm. 117.

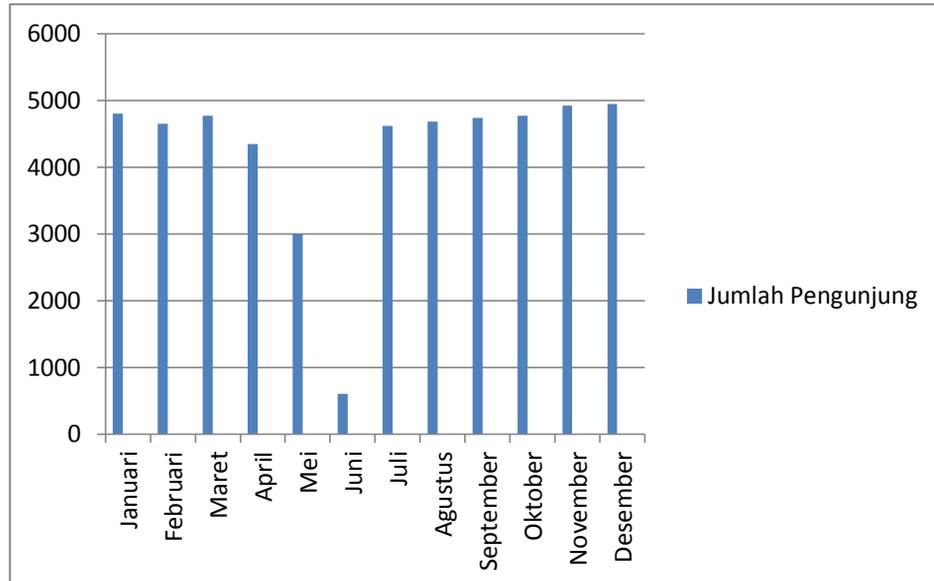
yang loyal akan mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi.¹⁰

Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” yang berdiri sejak tahun 2004 merupakan salah satu warung nasi goreng yang terletak di Kebarongan, Kemranjen, Banyumas buka dari jam 17.00 sampai dengan 22.00. Warung nasi goreng ini tidak hanya menjual nasi goreng saja, akan tetapi menyediakan menu lain. Seperti bakmie goreng dan bakmie rebus. Alasan penulis memilih Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” adalah karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau oleh konsumen yaitu hanya Rp. 10.000. Warung nasi goreng ini merupakan warung kaki lima yang berdiri di pinggir jalan raya besar yang mudah di akses, baik oleh sepeda motor maupun mobil, tempatnya tidak terlalu besar dan mewah. Namun warung ini menawarkan masakan yang enak dan dengan harga yang murah, bahkan termurah di antara pedagang-pedagang nasi goreng yang ada di Kemranjen. Pelanggan yang datang kebanyakan adalah orang yang sudah mengetahui keberadaan Warung Nasi Goreng Pak Kasno tersebut, bahkan ada pula konsumen yang sudah berlangganan bertahun-tahun. Mereka yang menjadi pelanggan setia rela mengantri lama hanya untuk mendapatkan Nasi Goreng atau menu lainnya dari warung tersebut.

Berikut ini adalah grafik jumlah pengunjung Warung Nasi Goreng Pak Kasno 1 tahun 2017.

¹⁰ Licen Indahwati Darsono, *Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan*, (Surabaya : Kinerja, Vol 8, No. 2, 2004), hlm. 163.

Gambar 1.1
Jumlah Pengunjung Warung Nasi Goreng Pak Kasno
Tahun 2017

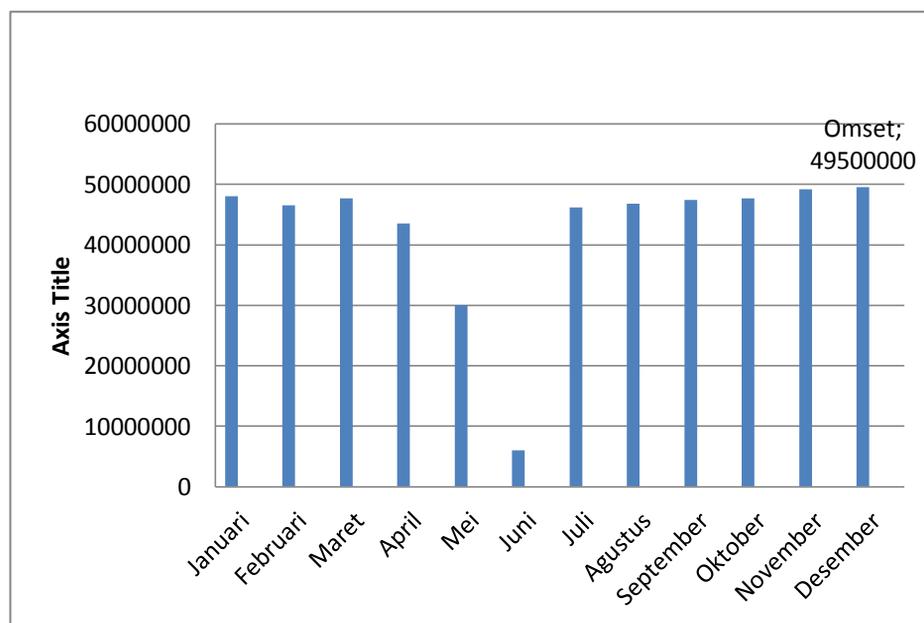


Sumber : Pemilik Warung Nasi Goreng Pak Kasno

Dari gambar di atas dapat diketahui jumlah pengunjung Warung Nasi Goreng Pak Kasno 1 tahun 2017 mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Penurunan terbesar terjadi pada bulan Juni 2017 yaitu dari 3000 menjadi 600 pengunjung. Hal ini terjadi karena pada bulan Juni 2017 merupakan bulan Ramadhan dimana Warung Nasi Goreng Pak Kasno tidak berjualan selama bulan Ramadhan karena selama Ramadhan tersebut digunakan oleh pemilik warung tersebut untuk fokus beribadah selama bulan Ramadhan. Kemudian karena selama bulan Juni 2017 hanya berjualan selama beberapa hari saja, tidak penuh selama satu bulan maka berkuranglah pelanggan pada bulan Juni 2017. Kemudian mengalami kenaikan lagi pada bulan Juli yaitu sebesar 4620 pengunjung. Pada bulan Mei 2017 mengalami penurunan dikarenakan pada akhir-akhir bulan Mei 2017 karena para pelanggan sedang sibuk menyiapkan biaya untuk kepentingan sekolah, ujian maupun untuk kuliah. Untuk bulan yang lain, penurunan terbesar terjadi pada bulan April 2017 yaitu 4770 menjadi 4350 pengunjung. Dan kenaikan terbesar adalah pada bulan November 2017 yaitu dari 4770 menjadi 4920 pengunjung.

Dengan banyaknya pengunjung setiap bulannya, otomatis jumlah omset yang didapatkan juga banyak. Berikut ini adalah grafik omset Warung Nasi Goreng Pak Kasno 1 Tahun 2017.

Gambar 1.2
Omset Warung Nasi Goreng Pak Kasno
Tahun 2017



Sumber : Pemilik Warung Nasi Goreng Pak Kasno

Dari data di atas, yakni data jumlah pengunjung dan jumlah omset pada periode Januari-Desember 2017 mengalami penurunan pada bulan-bulan tertentu.

Pihak penjual berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produk, harga, maupun kualitas pelayanan. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Adapun kesenjangan yang terjadi pada objek penelitian penulis adalah kurangnya dalam hal pelayanan, yang dimaksudkan adalah kurangnya tenaga pelayan hal ini yang sering dikeluhkan oleh pelanggan, bahkan ada beberapa pelanggan yang tidak sabar mengantri dan memilih pergi tidak jadi membeli, dan mereka pergi dengan rasa kekecewaan mereka. Jumlah pelayan

yang ada sangat kurang jika dibandingkan dengan banyaknya jumlah pengunjung yang hadir, berdasarkan perkiraan diatas pengunjung yang berkunjung perharinya antara 140-150 pengunjung. Sedangkan jumlah pelayan yang ada hanya 3 orang saja. Dimana 1 orang bertugas memasak, 1 orang sebagai kasir, penerima pesanan dan mengantarkan pesanan, dan 1 orang bertugas mencuci piring.

Sedangkan seharusnya usaha sejenis rumah makan itu memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dari segi waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan untuk para konsumen. Sehingga menimbulkan kesan yang nyaman bagi konsumen dan menimbulkan kualitas layanan yang baik. Konsumen akan tertarik dan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan yang puas dapat membeli secara berulang-ulang terhadap produk tersebut dan apabila kepuasan pelanggan dapat tercapai dan diharapkan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu berhasil tidaknya warung makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang terbaik. Maka penulis tertarik untuk membahas masalah tersebut dalam sebuah penelitian yang berjudul **“ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” Kebarongan Kemranjen Banyumas)”**.

B. Definisi Operasional

1. Kualitas Produk

Produk menurut Kotler adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.¹¹ Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2008, p.244) adalah Sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk

¹¹ Rhenald Kasali, dkk, *Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata I*, (Jakarta : Penerbit Hikmah, 2010), hlm. 152.

memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan, serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.¹²

2. Harga

Harga adalah nilai dari sebuah produk yang dinyatakan dengan uang.¹³ Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2011), harga itu sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa.¹⁴ Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan menurut pendapat Parasuraman, *et al.* (dalam Purnama, 2006: 19) merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan.¹⁵

4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap objek¹⁶. Menurut Lovelock dan Wright (2007) loyalitas adalah keputusan konsumen untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama.¹⁷

Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh badan usaha

¹² Deny Irawan, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel, Intervening.....*, (Surabaya : Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1 No.2, 2013), hlm. 2.

¹³ Poerwanto, *New Business Administration*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), hlm. 240.

¹⁴ Ari Setiyaningrum,dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), hlm. 128.

¹⁵ Selvy Normasari, dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*, (Malang: Jurnal Administrasi Bisnis(JAB) | Vol. 6 No 2, 2013), hlm. 3.

¹⁶ Ahmad Mardalis, *Meraih Loyalitas.....*, (Surakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta), hlm. 111.

¹⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 215.

tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut.¹⁸

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan?
2. Apakah terdapat hubungan antara harga dengan loyalitas pelanggan?
3. Apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berikut akan dijelaskan mengenai tujuan dalam penelitian ini antara lain :

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan.
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara harga dengan loyalitas pelanggan.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Bagi Peneliti

Sebagai bahan pembelajaran dan penelitian untuk membandingkan teori yang dipelajari dengan keadaan lapangan yang sebenarnya.

b. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan perusahaan dalam pertimbangan menentukan produk, harga serta pelayanan yang tepat agar menarik pelanggan dimasa yang

¹⁸ Trisno Musanto, *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....*, (Surabaya : Jurnal Ekonomi Manajemen, 2004), hlm. 128.

akan datang sehingga tercapainya loyalitas pelanggan yang kemudian akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

c. Bagi Akademisi

Dapat memberikan tambahan informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan di bidang pemasaran, selain itu dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas serta mempermudah dalam pembahasan secara menyeluruh, maka disajikan sistematika pembahasan dengan beberapa pembagian. Pembagiannya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Pada bab ini membahas mengenai landasan teori yang berkaitan dengan penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian. Pada bab ini membahas jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, dan metode analisis data penelitian.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Pada bab ini membahas tentang hasil analisis dan pembahasan yang berisikan gambaran umum obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

Bab V Penutup. Pada bab ini merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.

Kemudian pada bagian akhir penulis cantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”. Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan di Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel bebas yaitu kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”, hasil pengujian korelasi Rank Spearman dengan menggunakan SPSS 16 menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sebesar 0.294, menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.003. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0.003 \leq \alpha$ (0.05). Maka keputusan uji adalah H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”, dengan tingkat korelasi hubungan yang cukup kuat, dengan arah yang positif. Makna positif menunjukkan semakin baik kualitas produk (X_1) yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan (Y). Sebaliknya, semakin buruk kualitas produk (X_1), maka akan semakin rendah tingkat loyalitas pelanggan (Y).

2. Tidak terdapat hubungan antara harga dengan loyalitas pelanggan di Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel bebas yaitu harga terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”, hasil pengujian korelasi Rank Spearman dengan menggunakan SPSS 16 menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel harga dengan loyalitas

pelanggan sebesar 0.194, menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.053. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0.053 \geq \alpha$ (0.05). Maka keputusan uji adalah H_0 diterima, artinya tidak terdapat hubungan antara harga terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”, dengan tingkat korelasi hubungan yang sangat lemah dengan arah yang positif.

3. Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan di Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”

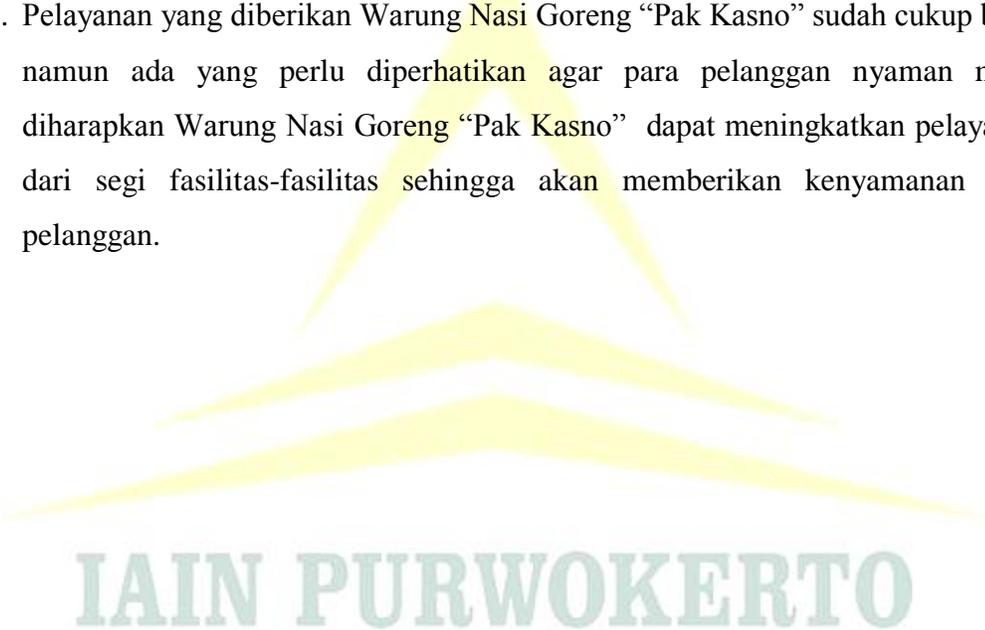
Setelah dilakukan perhitungan antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”, hasil pengujian korelasi Rank Spearman dengan menggunakan SPSS 16 menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan sebesar 0.210, menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.036. Penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi $0.036 \leq \alpha$ (0.05). Maka keputusan uji adalah H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”, dengan tingkat korelasi hubungan yang sangat lemah, dengan arah yang positif. Makna positif menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan (X_3) yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan (Y). Sebaliknya, semakin buruk kualitas pelayanan (X_3), maka akan semakin rendah tingkat loyalitas pelanggan (Y).

B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Makanan yang diberikan oleh Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” memiliki kualitas yang baik. Maka dari itu Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” diharapkan dapat mempertahankan kualitas makanan tersebut, baik dari cita rasa, kualitas bahan, temperatur makanan dan lain lain.

2. Berdasarkan pengamatan peneliti dan jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen puas dengan harga yang diberikan Warung Nasi Goreng “Pak Kasno”. Sebagian besar konsumen merasa harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas makanan dan minuman, porsi serta pelayanan yang diberikan. Selanjutnya Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” diharapkan tetap menjaga harga makanan dan minuman serta tetap memberikan harga yang bersaing dengan warung lain. Sehingga kepuasan konsumen terhadap harga yang diberikan Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” tetap terjaga dan semakin loyal.
3. Pelayanan yang diberikan Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” sudah cukup baik, namun ada yang perlu diperhatikan agar para pelanggan nyaman maka diharapkan Warung Nasi Goreng “Pak Kasno” dapat meningkatkan pelayanan dari segi fasilitas-fasilitas sehingga akan memberikan kenyamanan bagi pelanggan.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta : Rajawali Press.
- Ferdinand, Augusty . 2014. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Isna, Alizar, dan Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto : STAIN Press.
- Jogiyanto. 2014. *Pedoman Survei Kuesioner*. Yogyakarta : BPF.
- Juni Priansa, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Kasali, Rhenald, dkk. 2010. *Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata 1*. Jakarta : Penerbit Hikmah.
- Kasmir. 2017. *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Longenecker, Justin G, dkk,2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Poerwanto. 2016. *New Business Administration*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rohmad dan Supriyanto. 2015. *Pengantar Statistika Panduan Praktis Bagi Pengajar dan Mahasiswa*. Yogyakarta : Kalimedia.
- Setyaningrum, Ari, dkk. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudarso, Andriasan . 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta : Deepublish.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto.2009. *Metode Riset Bisnis*.Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Sunyoto, Danang. 2018. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.
- Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset*. Jakarta : Gramedia.
- Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung : Pustaka Setia.
- Wikrama Tungga A, Ananta, dkk. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. 2014. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS Edisi 2*, Jakarta : Salemba Infotek.
- Non-Buku :

- Akbar, Ilham Solichin, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa No. 63 Jember Tahun 2016*. Jember : Universitas Jember. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial Volume 11 Nomor 1 (2017).
- Amal, Masyrifatul. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Dealer Resmi Honda Kompo Motor Purbalingga)*. Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2017.
- Anggriawan, Ferry. 2017. *Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus B-Prend Cafe (Survey Pada B-Prend Cafe di Kabupaten Rembang)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dharmawansyah, Inggil. 2013. *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu)*, Semarang : Universitas Negeri Semarang. Management Analysis Journal 2 (2).
- Fakhru Rizky NST, Muhammad dan Hanifa Yasin. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Medan : UM Sumatera Utara dan STEI Nusa Bangsa. Jurnal Manajemen & Bisnis Vol. 14 No. 02.
- Ghanimata, Fifyanita. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.
- Indahwati Darsono, Licen. 2004. *Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan*, Surabaya : Kinerja, Vol 8, No. 2.
- Irawan, Deny. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel, Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya*. Surabaya : Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1 No.2.
- Janita Sembiring, Inka, dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Pelanggan MCDonal's MT, Haryono Malang*. Malang : Universits Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 15 No. 1.

- Karomah, Rismatul dkk. *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang)*. e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen : Fakultas Ekonomi Unisma.
- Kodu, Sarini. 2013. *Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal EMBA Vol. 1 No.3.
- Kurniawati, Dewi, dkk. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Malang : Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 14 No 2.
- Mardalis, Ahmad. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Surakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Musanto, Trisno. 2004. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV.Sarana Media Advertising Surabaya*. Surabaya : Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Mutia Ulfah, Ana. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Melalui media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa IAIN Purwokerto)*. Purwokerto : IAIN Purwokerto.
- Ningsih, Diyan. *Analisis Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Convenience Store 7-Eleven Uin Ciputat*. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Normasari, Selvy, dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis(JAB) | Vol. 6 No 2.
- Nuraini, Alifah. 2014. *Pengaruh Citra, Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BPD DIY Syariah Yogyakarta)*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, EKSBISI, Vol. IX, No. 1, Desember 2014, hal. 67-82.
- Nur Pratama, Brian. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Warung Spesial Sambal Cabang Bintaro 1)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

- Pradhana, Adhika . 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Lunpia Mbak Lien Semarang)*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro : Semarang. Skripsi.
- Pratama Putra , Rizky dan Sri Herianingrum. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*. Surabaya : JESTT Vol. 1 No.9 September 2014.
- Priyo Setiawan, Hilman. 2016. *Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Kedai Ice Cream Goreng Warung Nu Teteh Bogor, Jawa Barat*. IPB : Bogor.
- Puspitasari, Linda. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwokerto)*. Purwokerto : IAIN Purwokerto.
- Rinarno, Agus. 2008. *Analisis Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Tantene (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Rumah Makan Tantene)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Sari Situmeang, Lina. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Sumatera Utara : UIN Sumatera Utara.
- Sasongko, Felita, dkk. 2003. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria*. Surabaya : Jurnal Manajemen Petra Vol. 1, No. 2.
- Siregar, Nurafrina dan Hakim Fadillah. 2017. *Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan*. Universitas Pembangunan Panca Budi. Jurnal Manajemen Tools Vol. 8 No. 2.
- Umiati, Karomah. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Home Industry Knalpot Galuh Bojongsari Purbalingga Jawa Tengah)*. Purwokerto : STAIN Purwokerto.
- Winata, Andri dan Isnawan Ahlul F. 2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia Di Bandar Lampung*. Institut

Informatika dan Bisnis Darmajaya, Lampung. Jurnal Manajemen Magister,
Vol 03. No.02, Juli 2017.

