

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul **“FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PADA GRAND KEUDE KUPIE ULEE KARENG DAN GAYO MEDAN”**, sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Medan Area. Shalawat sertasalam semoga selalu tercurahkan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW.

Loyalitas pelanggan yang terlihat dari pengulangan pembelian suatu produk atau jasa secara konsisten yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, menarik peneliti untuk meneliti lebih lanjut faktor–faktor yang mempengaruhinya.

Dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar–besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ali Ya’kub Matontang, MA sebagai Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. H. Ihsan Effendi SE.,M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Adelina Lubis SE.,M.Si sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Hery Syahrial, SE., M.Si sebagai dosen pembimbing I.
5. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM sebagai dosen Pembimbing II.
6. Muhammad Nino Maulana Sangkono yang telah memberikan izin penelitian serta data yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah tercinta Alm. Mursyid MS dan ibunda Hj. Rahmil Izati atas do’a dan dukungan serta kerja kerasnya yang tak terhingga untuk seluruh proses studi yang peneliti tempuh.
8. Murhadi, Izmir Fajri, Ade Saputra dan Putri Keumala Sari, abang-abang dan kakak serta keluarga besar lain yang selalu memotivasi, membantu dan memberi perhatian lebih untuk terus berusaha maksimal sampai tahap ini.

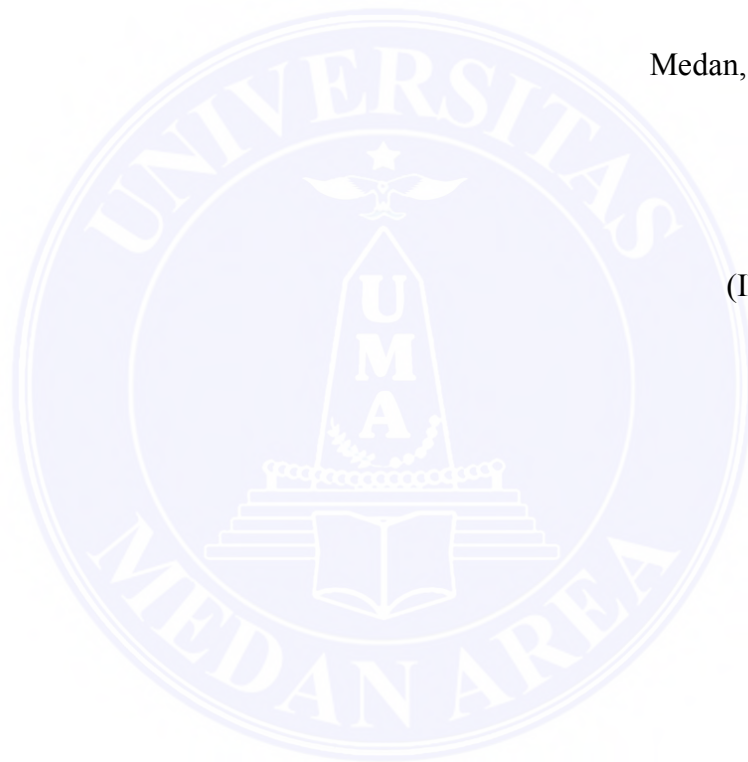
9. Teman-teman yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini terutama Atika Ramadhani yang telah memantau proses penyelesaian dari awal hingga akhir, serta Rasya, Ade Rohmanda, Victor, Rendra, Wenda, Ninta, Putri Sitanggang dan lain-lain yang telah memberi motivasi dan semangat dalam seluruh proses studi.

Harapan peneliti tentunya skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Peneliti mengakui banyak kekurangan di dalamnya sehingga saran dan kritik sangat diharapkan agar mengurangi kelemahan yang ada.

Peneliti,

Medan, Februari 2016

(Ihsan Sabri)



ABSTRAK

Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh ke pesaing yang lain. Jika loyalitas pelanggan telah tercipta di pelanggan lama dan pelanggan baru, maka hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan. Grand Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Medan merupakan kedai kopi yang memiliki khas sajian kopi tradisional Aceh yang istimewa dengan cita rasa dan pelayanan terbaik di kelasnya. Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan berlokasi di jalan Sei Serayu no 17 Medan. Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan menyajikan berbagai minuman dan makanan. Minuman yang laris dibeli pelanggan adalah kopi sanger. Kopi sanger adalah minuman kopi khas Aceh dengan tambahan susu. Pada penelitian ini, berfokus pada loyalitas pelanggan terhadap minuman kopi sanger baik yang disajikan dingin atau panas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, harga terhadap loyalitas pelanggan Grand Keude Kupie Ulee Kareng dan Gayo Medan.

Penelitian ini menggunakan statistika parametric dengan pengambilan sampel dengan metode *probability sampling* dan teknik *simple random sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 109 orang. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil questioner dan wawancara langsung dengan para pelanggan di Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan dan publikasi oleh pihak lain melalui studi pustaka dan internet.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dan $t_{hitung} 3.730 > t_{tabel} 1.658$. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikan $0.002 < 0.05$ dan $t_{hitung} 4.080 > t_{tabel} 1.658$. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikan $0.003 < 0.05$ dan $t_{hitung} 2.183 > t_{tabel} 1.658$. Secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Grand Keude Kupie Ulee Kareng & Gayo Medan dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $85.635 > F_{Tabel}$ sebesar 2.69.

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

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Loyalitas Pelanggan	6
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	6
2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	6
3. Indikator Loyalitas Pelanggan	7
4. Tahapan Loyalitas Pelanggan	8

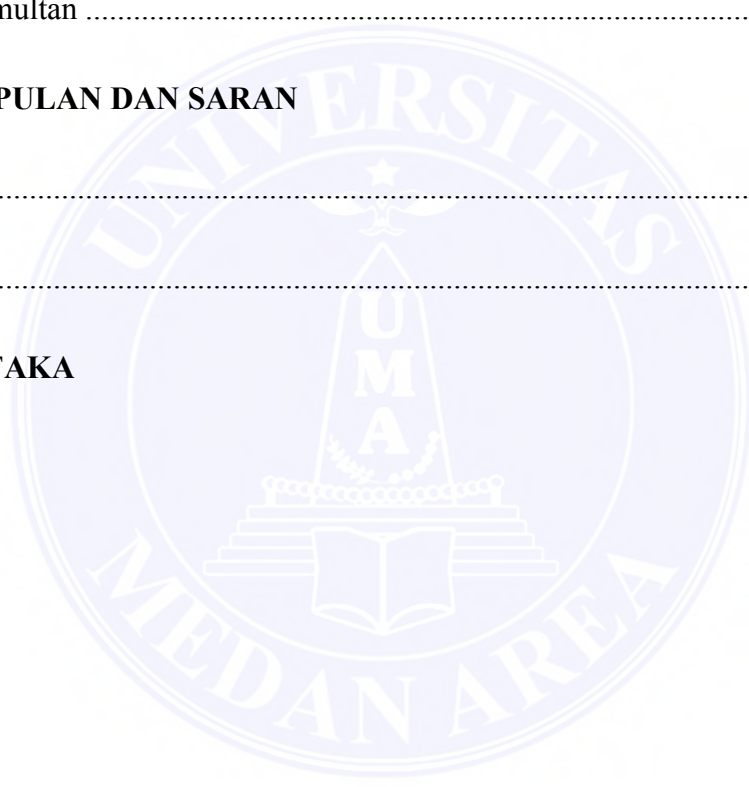
B. Kualitas Produk	9
1. Pengertian Produk.....	9
2. Klasifikasi Produk	9
3. Pengertian Kualitas Produk	11
4. Indikator Kualitas Produk	12
C. Kualitas Pelayanan	13
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2. Indikator Kualitas Pelayanan	14
D. Harga	15
1. Pengertian Harga	15
2. Indikator Harga	17
E. Peneliti Terdahulu	18
F. Kerangka Konseptual	19
H. Hipotesis	20
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Lokasi Penelitian	22
3. Waktu Penelitian	22
B. Populasi dan Sampel	23
1. Populasi	23
2. Sampel	24

C. Definisi Oprasional	25
D. Jenis dan Sumber Data	28
1. Jenis Data	28
2. Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	30
1. Uji Instrumen.....	29
2. Uji Asumsi Klasik	31
3. Uji Statistik	32
4. Analisis Korelasi Determinasi	33
5. Uji Hipotesis.....	32
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	34
1. Gambaran Umum Perusahaan	34
2. Visi dan Misi Perusahaan	35
3. Struktur Organisasi Perusahaan	36
B. Pembahasan	37
1. Karakteristik Responden	36
2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas	39
2.1. Uji Validitas	39
2.2. Uji Reabilitas	40
3. Uji Asumsi Klasik	41

3.1. Uji Normalitas	41
3.2. Uji Multikolinieritas	42
3.3. Uji Heteroskedastisitas	43
4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
5. Uji Koefisien Determinasi	46
6. Hasil Uji Hipotesis	47
6.1. Uji Parsial	47
6.2. Uji Simultan	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian	23
Tabel 3.2. Definisi Oprasional	25
Tabel 4.1. Distribusi Usia Responden	37
Tabel 4.2. Distribusi Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Berkunjung Responden	38
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Instrumen	39
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolineritas	41
Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	42
Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	43
Tabel 4.10. Hasil Uji Parsial	48
Tabel 4.11. Hasil Uji Simultan	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan	36
Gambar 4.2. Grafik Normal P-Plot	41
Gambar 4.3. Scaterplot Heteroskedastisitas	43

