

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ROTI
MONGKI DI KANTIN UNITRI**

(Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Angkatan 2016)

SKRIPSI



OLEH:

MARIA ASMARITA JULIA

NIM:2016120110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2020**

RINGKASAN

Kualitas pelayanan dan kualitas produk berperan penting untuk peningkatan loyalitas pelanggan dengan cara membeli produk secara berulang-ulang. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah agar peneliti bisa menemukan titik influesa atau pengaruh antara variabel kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di kantin UNITRI Malang baik secara parsial maupun simultan dengan dilatarbelakangi oleh pendekatan kuantitatif.

Sampel yang digunakan adalah metode *simple random sampling* sehingga diperoleh sebanyak 98 mahasiswa Manajemen UNITRI Tahun Angkatan 2016. Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan teknik dokumentasi dan kuesioner, serta metode analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS.

Hasilnya membuktikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di kantin UNITRI Malang dengan nilai $t_{hitung} = 7,142$ dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di kantin UNITRI Malang dengan nilai $t_{hitung} = 7,885$.

Kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di kantin UNITRI Malang secara bersama-sama dengan nilai $F_{hitung}(48,404)$. Adapun yang perlu dilakukan pengusaha untuk menciptakan loyalitas pelanggannya yaitu dengan menciptakan kualitas pelayanan yang baik dan mempertahankan kualitas dari produk.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan bisnis dalam wadah kuliner kini menjadi semakin pesat, baik itu pada bahan makanan maupun roti-roti. Oleh karena kondisi tersebut, para pengusaha selalu berjuang untuk saling bersaing dengan baik. Hal demikian mendorong para pengusaha dalam bidang kuliner tersebut untuk saling berkompetensi demi mewujudkan kepuasan pelanggannya dengan tujuan yang telah direncanakan perusahaan. Karena dengan adanya persaingan yang cukup luas, maka setiap perusahaan ataupun organisasi bertekad untuk melakukan ekspansi pemasarannya.

Perluasan pangsa pasar dilakukan dengan harapan agar dapat meningkatkan volume penjualan yang berkonsekuensi pada bertambahnya jumlah pelanggan. Jika suatu perusahaan dapat menyediakan produk yang unggul dan jasa yang berkualitas prima dalam bersaing, maka perusahaan tersebut dinilai mampu bersaing di lingkungan pemasaran.

Suatu perusahaan dinyatakan sukses apabila perusahaan tersebut lebih mengutamakan kepuasan konsumen. Tercapainya kepuasan konsumen bilamana produk terjual oleh perusahaan memenuhi harapan konsumen. Fluktuasi atau naik turunnya jumlah pelanggan memiliki dampak potensial terhadap eksistensi perusahaan khususnya Roti Mongki yang terletak di Kantin kampus Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. Meskipun umur usahanya belum begitu lama, namun keberadaan Roti Mongki yang sangat

populer menjadi sarapan khas Amerika Serikat ini telah memasuki pangsa pasar Indonesia. Aroma yang khas menjadikan makanan ini sudah banyak diminati terutama para mahasiswa yang berada di Kampus Unitri.

Roti Mongki ini merupakan jenis roti yang berbahan dasar tepung terigu dan air serta difermentasikan dengan ragi ataupun tanpa ragi. Namun seiring perkembangan teknologi yang semakin besar menjadikan olahan roti ini sangat modern karena diolah dengan berbagai campuran bahan tambahan lainnya. Dengan teksturnya yang lembut serta aromanya yang sangat harum menjadikan Roti Mongki istimewa dan sangat berkualitas.

Kualitas produk merupakan keseluruhan jenis maupun ciri khas produk serta jasa yang bertekad pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan yang ada (Philip Kotler,2009:143). Terjaminnya mutu produk secara *perfect* apabila cocok seperti yang diharapkan serta kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang dipersepsikan akan sangat memuaskan apabila mutu yang diterima suatu produk lebih besar daripada apa yang diharapkan konsumen.

Beberapa latar belakang masalah yang dialami oleh suatu perusahaan dengan berpatokan pada adanya peran penting dari kualitas produk dan kualitas layanan pada suatu perusahaan yang berpengaruh pada tingkat kepuasan serta memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan sebagaimana mengilhami peneliti meneliti di Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang, tepatnya pada Roti Mongki yang meneliti kepada seberapa loyal mahasiswa Unitri khususnya Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi pada Program Studi

Manajemen angkatan 2016. Berdasarkan hasil cerminan latar belakang diatas, dengan ini peneliti memberikan konklusi dengan menggambarkan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ROTI MONGKI DI KANTIN UNITRI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Angkatan Tahun 2016)”.

1.2.Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di Kantin Unitri secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di Kantin Unitri secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di Kantin Unitri secara simultan?

1.3.Tujuan Penelitian

1. Agar semua khalayak bisa mengetahui dan mempelajari pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di Kantin Unitri secara parsial.
2. Agar dapat mengetahui dan mempelajari pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di Kantin Unitri secara parsial.

3. Untuk memahami dan mempelajari pengaruh yang terjadi pada kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Roti Mongki di Kantin Untri secara simultan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Dilakukan agar bisa meningkatkan ilmu pengetahuan dan pelajaran yang lebih sesuai bidang yang ditempuh dan sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa.
2. Bisa menginspirasi sebagai pertimbangan untuk pengusaha Kuliner Roti Mongki agar bisa memberikan kontribusi atau kompensasi yang seimbang dengan pencapaian yang dihasilkan pada produk kreatif Roti Mongki agar tercapai kepuasan kinerjanya.
3. Penelitian ini berguna bagi pihak akademis dalam melakukan penelitian selanjutnya agar dapat bermanfaat bagi mahasiswa maupun dosen terutama jika melakukan penelitian di Roti Mongki yang terletak di Kantin Untri.
4. Sebagai rujukan bagi penelitian yang sama dengan mengembangkan variabel yang ada menuju penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Hidayat. 2013. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Studi Kasus Pada Member PT.Melia Sehat Sejahtera di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) Skripsi. Jakarta: Sarjana Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Alex, vD., & Thomas, S. 2011. *Impact of product quality, service quality and contextual experience on consumer perceive value and future buying intention. European Journal of Business and Management.*
- Ali Hasan. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Buku I, Cetakan kedua. Penerbit : CAPS, Yogyakarta.
- Ani Lestari, Edy Yulianto. 2018. "Pengaruh Kepuasan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Esterberg, Kristin G. 2002. *Qualitative Methods In Social Research*. New York : Mc Graw Hill. Sebagaimana dikutip oleh Sugiyono dalam bukunya yang berjudul "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". CV. Alfabeta, Bandung 2013, hlm 231.
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Fandy, Tjipton dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. "Service Quality Satisfaction". *Edisi ketiga*, Yogyakarta : Andi.
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. "Service manajemen meningkatkan layanan prima". *Edisi ketiga*, Yogyakarta : Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Fergian, Riva dan Amarul, Amarul. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang*. Sains Manajemen. Vol 2, No. 2.

- Fiani, Margaretha S. & Edwin Japarianto. 2012. *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. Jurnal Manajemen Pemasaran. (Tersedia di www.google.com, diakses 8 Sep 2013, 11:05).
- Fitrya, Setyaningrum dan Nora Jasar Wati, 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pembelian Ulang*. Jurnal Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggal Dewi Malang.
- Garvin, David A .2016. Alih bahasa Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2016. *Dasar – Dasar Ekonometrika terjemahan*. Jakarta, Erlangga.
- Hawkins, Del.I., Roger J. Best, and Kenneth A Coney. 1997. *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. Irwin/McGraw-Hill.
- Ismail, Nawari, 2015. *Metode Penelitian Untuk Studi Islam*. Yogyakarta: Samudera Biru.
- Kodu, Sarini. 2013. *Harga, Kualitas Prouk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. Vol.1.No.3 September 2013, Hal.1251-1259. ISSN 2203-1174.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2014. *Principle of Marketing, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition Pearson Education, Inc.*
- Kotler, Philip R., Bowen, John T & Makens, James. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism: Sixth Edition*. Pearson Education Limited. London.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran (Marketing Management)* Edisi 13. U.S.A: Pearson Prentice Hall.
- Kurniasari, Yuanita, 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, *Relationship marketing* dan *Corpotare Social Responsibility* terhadap Loyalitas dan Kepuasan Nasabah bank BRI Tebing Tinggi. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.17 No.2:1-14.

- Laksana Fajar, 2010. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Love Prahastuti, L. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen untuk meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat (Studi Pada Pelanggan Indosat di Wilayah Semarang)*. Skripsi. Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Love Lock, Christopher, dkk., 2013. *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi. Jilid ke-2 Edisi ketujuh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lumintang, Grefie dan J. Rotinsulu, Jopir, 2015. *Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery Boulevard Manado*, *Jurnal EMBA*. Vol. 3. No. 1
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, J.C., dan Minor, M. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Nasution, MN. 2010. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Novitasari, Wahyu dan Khotimah Nurul. 2016. *Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Interaksi Sosial Anak Usia 5-6 Tahun*. Surabaya: Jurnal PAUD Teratai
- Oliver, Richard L. 2008. *Satisfaction, A Behavioral Perspectiv on The Customer*. New York: Mc Graw-Hill. Companies Inc.
- Oliver, Richard L. 2010. "Whence Customer Loyalty", *Journal of Marketing*, Vol. 63.
- R.A.D, Novitawati, Budi, Prihatminingtyas. 2019. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Unitri Malang.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta, Salemba Empat, 2008.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, Slamet. 2015. *Penelitian Kuantitatif Metode dan Langkah Pengolahan Data*. Umpo Press.
- Setyaningrum, Fitria dan Jasar Nora Wati. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang*. ISSN-2086-3659 (PRINT).

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (Mix Methode)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:CAPS
- Susanto, R Y, Prihatminigtyas B. 2015, *Bussiness Development Of Iwak Peyek Bussiness Group. European Journal Of Bussiness and Managent*. ISSN-1905 (paper) ISSN 2222-2839.
- Tjahjaningsih, Endang. 2013. *Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Media Ekonomi dan Manajemen. Vol.28 No.2.
- Tjiptono, F.dan Chandra, G. 2015. *Service,Quality, dan Satisfaction, Edisi Ke-4*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran edisi 2, cetakan kelima*. Yogyakarta: Andi .
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*.Jakarta: Gramedia Cawang.
- Wan-Ping Pi and Hsieh-Hong Huang. 2011. "*Effects of promotion on relationship quality and customer loyalty in the airline industry: The relationship marketing approach*" African Journal of Business Management Vol.5.