

Sri Sulastri Ellissa Imelda

by UNITRI Press

Submission date: 03-Aug-2022 10:44PM (UTC-0400)

Submission ID: 1851211231

File name: Sri_Sulastri_Ellissa_Imelda.docx (38.38K)

Word count: 1229

Character count: 7989

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CUSTOMER RELATIONSHIP*,
DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

(Studi Bakso Bakar SS Kota.Malang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MANAJEMEN



Oleh :

Sri Sulastri Ellissa Imelda

NIM. 2018120120

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2022

RINGKASAN

Persaingan didunia bisnis kuliner begitu kompetitif, sehingga untuk memenuhi kebutuhan konsumen Bakso Bakar SS Kota Malang untuk dapat menjadikan konsumen yang loyal perlu adanya strategi pemasaran yaitu memperhatikan kualitas produk, dan elemen-elemen lain seperti *customer relationship*, dan lokasi. Motivasi di balik penelitian ini adalah untuk memutuskan dampak kualitas barang, hubungan klien, dan area terhadap ketergantungan pembeli di Bakso Bakar SS Kota Malang. Eksplorasi ini merupakan pemeriksaan yang menggunakan teknik kuantitatif. Kepastian contoh penelitian ini menggunakan strategi pengujian *purposive sampling* sehingga diperoleh lebih dari 100 responden. Strategi pemilahan informasi yang digunakan oleh para ilmuwan adalah polling, studi penulisan, penelitian lapangan. Strategi pemeriksaan informasi yang digunakan adalah kekambuhan langsung yang berbeda dengan menggunakan program SPSS. Konsekuensi dari tinjauan menunjukkan bahwa sampai batas tertentu kualitas barang sangat mempengaruhi Loyalitas Konsumen dengan nilai $t_{hitung} = 2,280$, *Customer Relationship* berpengaruh berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Konsumen dengan nilai $t_{hitung} = 2,841$, Lokasi berpengaruh berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Konsumen dengan nilai $t_{hitung} = 5,832$. Tentang apa yang harus dilakukan oleh masing-masing pebisnis dengan melakukan menjaga kualitas barang, biaya yang wajar, bantuan cepat, mengarahkan kemajuan dan menjaga kebersihan area bisnis untuk meningkatkan loyalitas konsumen sehingga mereka setia berkunjung berulang kali

Kata Kunci : Customer Relationship, Kualitas Produk, , Lokasi, Loyalitas Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini persaingan didunia bisnis begitu kompetitif. Didukung dengan perkembangan inovasi dan perkembangan data yang cepat mendorong kecepatan persaingan luar biasa di berbagai bidang bisnis. Misalnya pelaku usaha bisnis retail, properti dan UMKM. Kontribusi UMKM terhadap negara selalu mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari jumlah UMKM sampai saat ini sebanyak 56,5 juta unit atau 1,65 persen dari total penduduk pada kuartal kedua tahun 2014. (Sayekti et al., 2018)

Salah satu UMKM yang berkembang di masyarakat adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner, kegiatan mengkonsumsi makanan adalah kebutuhan bagi manusia, selain sebagai kebutuhan, mengkonsumsi makanan juga dapat menjadi sebuah *trand* atau hobi. Dimana seseorang akan mencari tempat makanan yang mempunyai suasana yang tenang dan nyaman, cita rasa yang berbeda bahkan tempat yang dapat di jadikan rekreasi.

Suatu perusahaan, agar mampu bersaing dengan lawan bisnisnya harus memiliki strategi pemasaran yang tepat, (Susanti, 2016) mengatakan bahwa Pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah usaha, tujuan pemasaran adalah mengerti dan mengetahui keinginan konsumen dan kemudian menjual produk dan jasa sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan yang berfokus pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa saja yang dibutuhkan konsumen, apa yang diinginkan, dan pelayanan yang diinginkan konsumen. Sehingga konsumen tidak hanya puas tetapi juga menjadi loyal dan kembali lagi pada perusahaan tersebut, saat ini pengusaha bisnis kuliner semakin banyak tersebar di berbagai tempat di kota Malang, dan tentunya mereka menampilkan yang terbaik bagi konsumennya. Begitu juga dengan UMKM Bakso Bakar SS yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan melakukan berbagai strategi seperti memperhatikan kualitas produk dan pelayanannya.

Kualitas merupakan penilaian utama yang akan menjadi penilaian konsumen. Dengan kualitas yang baik akan meningkatkan nilai jual dan keputusan konsumen terhadap suatu produk. Jika kualitas produk baik maka akan berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan.

Pelanggan akan menilai suatu produk baik apabila spesifikasi kualitas produk pada suatu produk yang mereka jumpai sesuai dengan yang mereka harapkan.

(Novitawati et al., 2019) Mengatakan Sifat barang dan jasa adalah angka penting yang berkembang dalam persaingan. Setiap pembeli memiliki keinginan yang berbeda-beda dan dapat berubah sewaktu-waktu, sehingga sifat pemberian dan sifat barang yang diberikan harus disesuaikan dengan keinginan pembeli.

Hasan (2013) dalam (Anindra Violeta & Suryani, 2019) mengatakan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan salah satunya adalah hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*). *Customer Relationship Management* (CRM) ialah hubungan mengoptimalkan interaksi terhadap konsumen dan merupakan kegiatan mengelola data pelanggan, membangun serta menjaga hubungan dengan pelanggan. *Customer Relationship Manajemen* juga merupakan cara untuk mengetahui bagaimana suatu produk dapat memenuhi kebutuhan dan perilaku pelanggan. Selain *Customer Relationship* salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen ialah Lokasi. Area atau lokasi sangat penting sehingga akan memudahkan pembeli untuk lebih tertarik datang. Jika kualitas produk, hubungan antara pelanggan dan lokasi membuat pelanggan nyaman akan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap suatu perusahaan.

Loyalitas konsumen bermula dari pelayanan perusahaan yang dapat memuaskan pelanggan sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan. Loyalitas konsumen merupakan upaya bisnis agar terus berjalan dan tetap bertahan. Oleh sebab itu pelaku bisnis perlu melakukan perbaikan-perbaikan agar konsumen tetap loyal terhadap produk yang telah dibuat. (Ekonomi & Manajemen, 2019) Kesetiaan klien adalah tanggung jawab yang dipegang teguh oleh klien untuk membeli atau fokus pada suatu barang sebagai tenaga kerja dan produk yang andal, ini menyebabkan akuisisi berulang dari merek yang sama, meskipun klien mendapat pengaruh situasional atau promosi dari pesaing untuk menggantikan merek yang berbeda.

Alasan peneliti memilih lokasi Bakso Bakar SS sebagai objek penelitian adalah karena UMKM Bakso Bakar SS menyediakan tempat makan yang nyaman dan bersih serta kompetitif. Sehingga peneliti melihat strategi apa yang digunakan UMKM Bakso Bakar SS untuk bersaing dan bertahan didunia bisnis kuliner kota Malang saat ini. Mengingat juga bahwa kualitas produk, *Customer relationship* dan lokasi dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, maka perlu lakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Customer Relationship* dan lokasi terhadap Loyalitas Konsumen”** (**Studi Pada Bakso Bakar SS Kota Malang**).

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bakar SS Kota Malang
2. Bagaimana pengaruh *customer relationship* terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bakar SS Kota Malang
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bakar SS Kota Malang
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, *Customer Relationship*, dan lokasi secara Simultan dan Parsial
5. Variabel mana yang paling dominan antara kualitas produk, *customer relationship*, dan lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bakar SS Kota Malang

3. Tujuan

Dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bakar SS Kota Malang
2. Untuk mengetahui pengaruh *customer relationship* terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bakar SS Kota Malang
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bakar SS Kota Malang
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *Customer Relationship*, dan lokasi secara Simultan dan Parsial
5. Untuk mengetahui Variabel mana yang paling dominan antara kualitas produk, *customer relationship*, dan lokasi terhadap loyalitas konsumen pada Bakso Bakar SS Kota Malang

4. Manfaat

1. Bagi Peneliti
Peneliti dapat mengembangkan ilmu pendidikan selama dibangku kuliah dan dikembangkan dimasyarakat serata sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dibidang pemasaran.
2. Bagi Perusahaan/UMKM

Sebagai bahan masukan untuk UMKM agar dapat mengembangkan usahanya dan bertahan di era persaingan bisnis yang semakin pesat dan kuat saat ini.

12
3.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan masukan atau acuan peneliti selanjutnya dibidang manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk, customer relationship dan lokasi dengan menambahkan variabel yang ada demi kesempurnaan penelitian ini.

4. Bagi Akademik

Sebagai referensi dan tambahan panduan bagi mahasiswa lain dalam penyusunan atau melaksanakan penelitian yang akan datang

5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UMKM Bakso Bakar SS, Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (X) berupa (1) kualitas produk, (2) *customer relationship*, dan (3) lokasi dan variabel terikat (Y) berupa loyalitas konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen yang datang dan berbelanja di Bakso Bakar SS.

Sri Sulastris Ellissa Imelda

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	6%
2	ejournal.stiedewantara.ac.id Internet Source	3%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	3%
4	123dok.com Internet Source	2%
5	docplayer.info Internet Source	2%
6	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	2%
7	es.scribd.com Internet Source	1%
8	Submitted to unars Student Paper	1%
9	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%

10	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
12	thesis.umsy.ac.id Internet Source	1 %
13	www.bimbie.com Internet Source	1 %
14	Submitted to Cedar Valley College Student Paper	1 %
15	Izzah Yuz Rifa Widyaningrum. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI KRIPIK TEMPE "ABADI" SINGGAHAN KECAMATAN KARTOHARJO KABUPATEN MAGETAN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2014 Publication	1 %
16	docobook.com Internet Source	1 %
17	eprints.umpo.ac.id Internet Source	1 %
18	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	1 %
19	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %

1 %

20

simki.unpkediri.ac.id
Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On