

FASIVIKUS INDO GOLLY

by UNITRI Press

Submission date: 26-Jul-2023 07:10PM (UTC-0700)

Submission ID: 2137351394

File name: FASIVIKUS_INDO_GOLLY.docx (78.34K)

Word count: 1227

Character count: 8268

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS MAKANAN,
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KEDAI
WAALAIKUMSALAM DI TLOGOMAS KOTA MALANG**

SKRIPSI

MANAJEMEN



**OLEH:
FASIVIKUS INDO GOLLY
NIM: 2019120247**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
FAKULTAS EKONOMI
MALANG
2023**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel kualitas makanan, keterjangkauan, dan lokasi mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian tersebut menggunakan teknik kuantitatif. Hipotesis Roscoe dan jaminannya dirujuk dalam survei yang diberikan kepada pelanggan Kedai Waalaikumsalam, dengan total 50 tanggapan. Purposive testing kemudian digunakan untuk menguji assurance. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Temuan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas bantuan, dengan nilai t-hitung 3,847 > t-tabel 2.01 dan nilai P 0.05. Loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas makanan, dengan nilai t hitung 3,508 > t tabel 2.01 dan nilai P 0,05. Loyalitas konsumen dipengaruhi oleh biaya, dengan nilai hitung 4.933. t-tabel 2.01 dan nilai P 0.05. T-hitung 4.802 menunjukkan bahwa lokasi memiliki dampak yang cukup besar terhadap loyalitas pelanggan. t-tabel 2.01. skor P di bawah 0,05. Sementara masih memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap loyalitas pelanggan, kualitas administrasi, kualitas makanan, harga, dan lokasi memiliki nilai F-hitung sebesar 4,718 > F-tabel 2,57 dan nilai P sebesar 0,05. Koefisien jaminan berikutnya adalah 0,866. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik kualitas administrasi, kualitas makanan, keterjangkauan, dan lokasi berpengaruh nyata terhadap loyalitas pelanggan. Diyakini bahwa Kedai Waalaikumsalam akan terus mengevaluasi penyelesaian tanggung jawabnya secara efisien.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, kualitas makanan, harga, lokasi, kepuasan pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang masih berlangsung hingga saat ini, industri kuliner berkembang pesat. Ketika ditemukan adanya beberapa organisasi kuliner, daya saing semakin meningkat. Menurut Prihatminingtyas B (2022), ada kontes item yang signifikan yang sedang berlangsung di Indonesia. Meski bersaing dengan barang dalam negeri, barang Indonesia harus bisa bersaing dengan barang internasional. Anda harus mampu mengungguli persaingan dan mempertahankan perusahaan Anda untuk menjadi pengusaha sukses dan menghasilkan banyak uang. Semakin bisnis visioner mempertahankan keteguhannya, menurut Prihatiningtyas B (2019), semakin banyak pengalaman yang diperolehnya.

Asosiasi kuliner sekarang sangat dihargai oleh pengelola uang di Indonesia karena bisnis yang terlibat dalam industri kuliner menghasilkan pendapatan yang signifikan yang juga dihargai oleh masyarakat modern. Memiliki gaya hidup budaya, mereka sering berkumpul dengan teman, keluarga, dan rekan bisnis saat makan malam. Menurut Prihatminingtyas B (2022), sikap hidup seseorang adalah cara mereka mencari sesuatu berdasarkan preferensi mereka. Restoran memenuhi syarat sebagai usaha kuliner dalam hal uang tunai karena memberikan keuntungan makanan dan penyegaran.

Menurut Prihatminingtyas B (2019), konsep organisasi adalah strategi untuk menyalakan dan mengatur pemikiran dan frase yang memikat. dengan mengirimkannya ke pelanggan yang melakukan pembelian. Agar konsumen merasa

nyaman dan mendapat komentar yang baik, Anda harus bisa memilih bekerja secara efektif untuk pelanggan atau klien. Ini akan menginspirasi mereka untuk merujuk layanan Anda ke klien potensial lainnya. Pelanggan selanjutnya dimotivasi oleh kenyamanan dan loyalitas pelanggan, oleh karena itu struktur administrasi sangat penting. Budaya organisasi penting untuk bisnis, terutama bistro, dan sangat bagus untuk restoran perusahaan. Ini adalah salah satu asumsi yang dibuat oleh pembeli karena layanan pelanggan yang sangat baik sering kali menghasilkan pelanggan atau klien yang senang dan puas. Menurut Setyawati (2020), manajemen mutu menunjukkan seberapa jauh dari kebenaran realitas saat ini dan prasangka pelanggan.

Ciri khas makanan adalah kualitasnya, yang dalam hal ini meliputi ukuran, bentuk, variasi, konsistensi, dan permukaan. Pengusaha yang memproduksi barang untuk dijual atau dikonsumsi akan lebih mudah melakukan dominasi terhadap pelanggan mengingat pelanggan harus memiliki kemampuan untuk melihat dan merasakan barang yang disediakan dengan jelas sebelum melakukan pembelian. Oleh R.A.D. Noviwati (2019). Kualitas makanan penting karena berkontribusi pada keberhasilan perusahaan makanan dengan menyajikan makanan dengan cara yang menarik dari segi penampilan, ukuran segmen, tingkat kematangan, variasi, rasa, dan aroma. Perusahaan ingin menyediakan masakan kelas atas sehingga klien tidak merasa dibatasi setelah makan dan tidak memiliki pendapat buruk tentang apa yang mereka konsumsi.

Karena ketidakteraturan tenaga kerja dan barang yang diberikan dan diproduksi untuk memenuhi permintaan konsumen, biaya tidak sepenuhnya

ditentukan oleh perusahaan. Kemampuan pebisnis untuk menentukan harga jual produk atau jasa yang mereka iklankan itulah yang membuat mereka berharga, klaim Prihatminigtyas B (2019). Biaya menjadi perhatian utama bagi sebagian besar pelanggan karena menentukan apakah mereka akan membeli barang yang ditawarkan atau tidak. Untuk memuaskan calon pelanggan atau klien yang tertarik untuk melakukan pembelian, Anda sebagai pelaku perusahaan harus berkonsentrasi pada hal ini untuk menentukan nilai sesuai dengan keadaan industri di sekitarnya. Karena memilih harga yang konsisten dengan konsep masakan akan membuat pelanggan merasa dihargai dengan memenuhi harapan, biaya penting bagi bisnis. Ketika konsumen puas dan kebutuhan mereka terpenuhi, mereka mengulangi pembelian dan merekomendasikan orang lain, dan biaya merupakan faktor yang mempengaruhi seberapa loyal mereka terhadap suatu merek. Oleh R.A.D. Noviwati (2019). Pelanggan akan senang jika barang dibeli dengan harga yang wajar. Misalnya, jika pelanggan memperoleh barang dengan harga wajar didukung dengan kualitas barang yang bagus, pembeli akan merasa puas.

Kabupaten merupakan komponen pertumbuhan yang krusial, sebagaimana dinyatakan oleh Prihatminigtyas B (2019). Sungguh luar biasa ketika ruang yang besar dapat membuat pelanggan merasa seperti itu adalah tempat yang fantastis untuk bersantai dan menciptakan lingkungan yang ideal untuk bepergian. Daerah memainkan peran penting dalam asosiasi, dan merupakan tempat yang harus dipertimbangkan oleh visioner organisasi karena daerah besar sangat bermanfaat bagi pengelola uang. Untuk memaksimalkan keuntungan, toko atau tempat

komersial harus ditempatkan di area yang mudah dijangkau dekat dengan layanan puasa.

Karena popularitasnya sebagai tempat berkumpulnya mahasiswa dan tidak pernah sepi, peneliti memilih warung Waalaikumsalam di Kota Malang untuk dijadikan tempat belajar. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk keinginan staf untuk membantu pelanggan, kelezatan dan keterjangkauan makanan, serta lingkungan yang menyenangkan. Di sini, ada acara buka puasa bersama selama Ramadhan, bakti sosial, reuni keluarga, dan prakarsa. Untuk mencari bahan eksploratif, sang empu memilih Kedai waalaikumsalam. Berkaitan dengan institusi seperti yang ditunjukkan di atas, penyelidikan ini, **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, harga dan lokasi Terhadap kepuasan pelanggan Kedai Waalaikumsalam di Tlogomas Kota Malang”**.

¹³ 1.2 Rumusan Masalah

- ²
1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pelanggan Kedai Waalaikumsalam Kota Malang?
2. Apakah kualitas makanan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Waalaikumsalam Kota Malang ?
²
3. Apakah harga berpengaruh terhadap pelanggan pada Kedai Waalaikumsalam Kota Malang ?
4. Apakah lokasi Kedai Waalaikumsalam Kota Malang mempengaruhi kepuasan pelanggan?

5. Apakah kualitas pelayanan, kualitas makanan, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Waalaikumsalam Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Kedai Waalaikumsalam Kota Malang terhadap kepuasan pelanggan
2. Mengetahui kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Waalaikumsalam Kota Malang
3. Mengetahui harga terhadap pelanggan Kedai Waalaikumsalam Kota Malang
4. Mengetahui pengaruh lokasi Kedai Waalaikumsalam Kota Malang terhadap kepuasan pelanggan
5. Mengetahui pengaruh simultan kualitas pelayanan, kualitas makanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Warung Waalaikumsalam Kota Malang

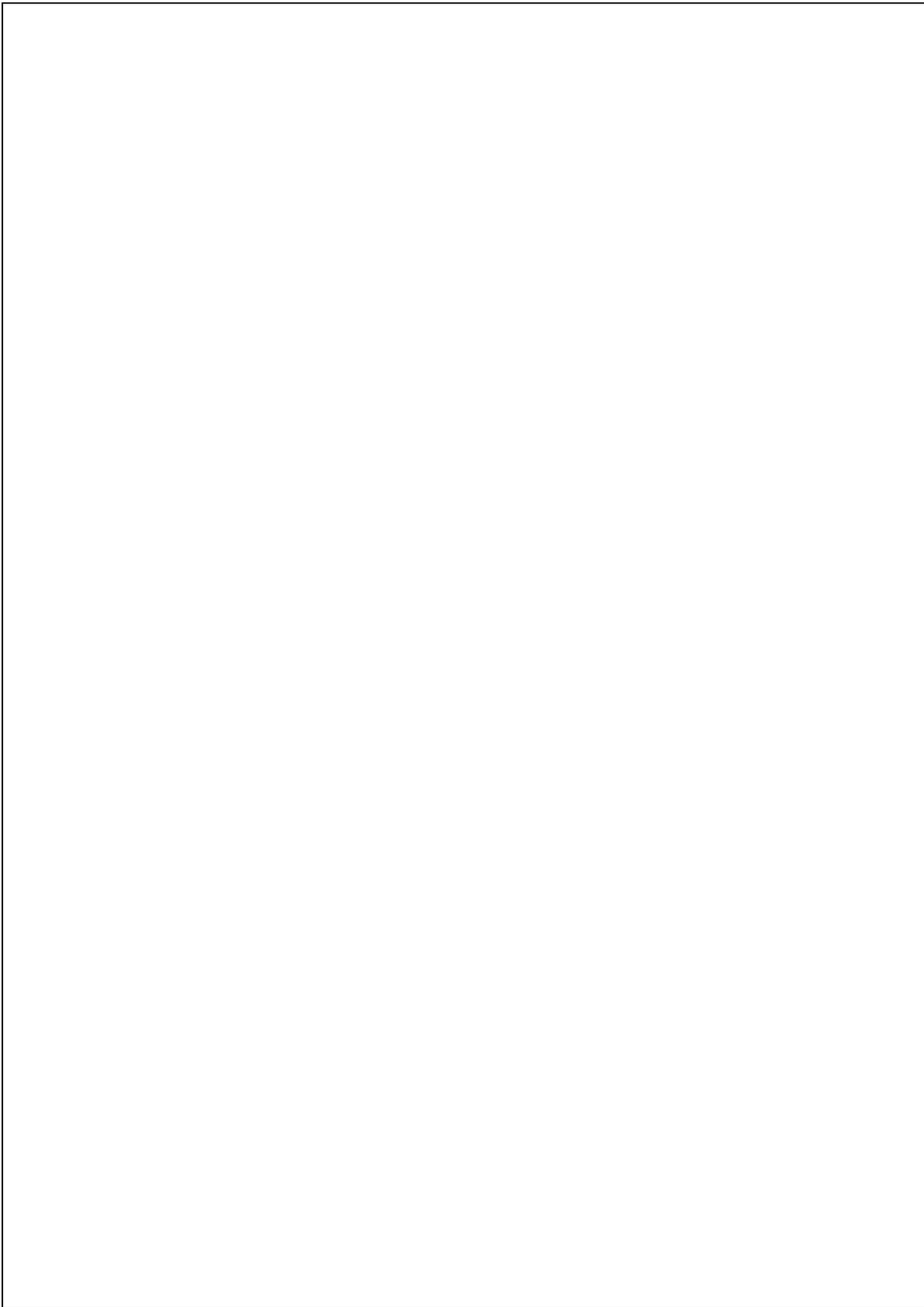
1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoritis dan Akademis
materi yang dapat diandalkan oleh semua pihak. Untuk tujuan akademis, ini dapat memperluas daftar referensi Perpustakaan Perguruan Tinggi Tribhuwana Tungadewi.
2. Praktis

1. Bagi peneliti, dapat memperoleh pengetahuan dari penelitian ini dan mengembangkan kemampuan penelitian mereka.
2. Manfaat bagi usaha, berfungsi sebagai panduan bagi perusahaan tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk membantu organisasi bekerja lebih baik daripada yang dapat diantisipasi siapa pun.
3. Bagi penelitian selanjutnya, Alangkah baiknya jika penelitian ini dapat digunakan tanpa batas waktu sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Elemen penelitian ini meliputi variabel otonomi (X) sebagai (1) kualitas administrasi, (2) kualitas makanan, (3) biaya, (4) area, dan variabel terpercayanya (Y) sebagai loyalitas pelanggan. Itu dilakukan di Kedai Waalaikumsalam Tlogomas Malang. Responden penelitian adalah pembeli di Kedai Waalaikumsalam Tlogomas Malang.



FASIVIKUS INDO GOLLY

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
2	riset.unisma.ac.id Internet Source	2%
3	scholar.unand.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	www.riset.unisma.ac.id Internet Source	1%
6	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	1%
8	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
9	Mochammad Rizal Arifin, Athika Sidhi Cahyana. "The Effect Of Service Quality, Product Quality And Store Atmosphere On	1%

Customer Satisfaction", Procedia of Engineering and Life Science, 2023

Publication

10	repository.unipasby.ac.id Internet Source	1 %
11	id.123dok.com Internet Source	1 %
12	www.researchgate.net Internet Source	1 %
13	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On