JURNAL

PENGARUH CITA RASA PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN TEMPAT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI ES TELLER77 CABANG HYPERMART KEDIRI TOWN SQUERE

THE EFFECT OF TASTE PRODUCT, QUALITY SERVICE AND PLACE ON THE CUSTOMER LOYALTY AT ES TELLER77 BRANCH HYPERMART KEDIRI TOWN SQUERE

Oleh:

FAJAR IBNU RODLI

NPM: 12.1.02.02.0055

Dibimbing oleh :

1. Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.
2. Ronny Kurniawan,S.E., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

SURAT PERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap	: Fajar Ibnu Rodli
NPM	: 12.1.02.02.0055
Telepon/HP	: 085735615510
Alamat Surel (Email)	: Fibnurodli@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Cita Rasa Produk, Kualitas Pelayanan dan Tempat terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Es teller77 Cabang Hypermart Kediri Town squere
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. K.H. Achmad Dahlan No.76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis **)** dan bebas plagiatisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 10 februari 2017
Pembimbing I **Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.** **NIDN. 0723105703**	Pembimbing II **Ronny Kurniawan, S.E., M.M.** **NIDN. 0730076804**	**Fajar Ibnu Rodli** **12.1.02.02.0055**

PENGARUH CITA RASA PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN TEMPAT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI ES TELLER77 CABANG HYPERMART KEDIRI TOWN SQUERE

Fajar Ibnu Rodli
NPM : 12.1.02.02.0055
Ekonomi - Manajemeni
Fibnurodli@gmail.com
Drs. Ec. Ichsannudin, M.M. dan Ronny Kurniawan,S.E., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Perkembangan usaha di Kediri telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang. Salah satunya adalah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat. Dalam hal ini para pelaku usaha harus melakukan stategi bisnis yang tepat untuk memenangkan persaingan. Es Teller77 adalah salah satu bisnis kuliner di Kediri yang tentunya ingin memenangkan persaingan maka Es Teller77 melakukan stategi bisnis untuk menciptakan loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini diambil variabel cita rasa produk, kualitas pelayanan dan tempat.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Apakah cita rasa produk mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen? (2) apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen? (3) apakah tempat mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen? (4) apakah cita rasa produk, kualitas pelayanan dan tempat secarastimultan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen?

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari 50 responden konsumen Es Teller77 dengan menggunakan koeisioner. Selanjutnya hasil koeisioner tersebut diuji menggunakanan alisis regresi berganda. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah cita rasa produk diambil indikator bau, rasa dan rangsangan mulut dan setelah diujiterbukti bahwa nilai (t hitung= -2,143)> t tabel (1,671) hal ini berarti cita rasa produk berpengaruh negatif pada loyalitas konsumen. Sedangkan variabel kualitas pelayanan diambil indikator jaminan, empati dan bukti fisik hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (t hitung= 2,054) jauh lebih besar dari pada nilai t tabel (1,671) yang artinya kualitas pelayanan secara parsial dan signifikan berpengaruh pada loyalitas konsumen dan variabel tempat diambil indikator saluran, cakupan dan lokasi. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung dari variabel loyalitas konsumen (t hitung =8,456) jauh lebih besar dari nilai t tabel (1,671). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa cita rasa produk, kualitas pelayanan dan tempat secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Terbukti nilai F hitung =24,262 jauh lebih besar dari nilai t table (1,671). Disamping itu nilai signifikansi yang dimiliki sebesar 0,020 jauh lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yakni sebesar 0,05.

Penelitian ini menggunakan kajian penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuanya itu DarlinaYuniasari (2013) yang menyatakan bahwa cita rasa produk mempengaruhi Loyalitas konsumen secara signifikan dan positif. Namun hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang saya lakukan.

Kata Kunci : Cita Rasa Produk, Kualitas Pelayanan, Tempat dan Loyalitas Konsumen.

I. Latar Belakang

Bisnis kuliner berkembang pesat di kota Kediri hal ini didasari dengan analisis banyaknya outlet-outlet yang ada baik di desa, kota besar dan kota-kota kecil. Faktor yang menjadi pendukung kemajuan didunia kuliner di Kediri adalah dengan masuknya model bisnis waralaba asing di bidang kuliner misalnya Mc.Donnal, Pizza Hut, KFC dan lain-lain. Deretan bisnis kuliner di Kediri diantaranya adalah Kedai Es Teller 77. Seperti usaha kuliner lainnya Kedai Es Teller 77 sudah mendapatkan keuntungan yang tepat, baik terhadap usaha kuliner maupun dalam pendapatan laba. Munculnya waralaba di Kediri menyebabkan terjadinya penurunan omset pada Kedai Es Teller77.

Supaya bisnis kuliner ini berlangsung lama maka Kedai Es Teller 77 berusaha menciptakan pelanggan yang loyal. Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten Tjiptono (2011:110).

Dewasa ini persaingan cita rasa produk menjadikan konsumen lebih kritis untuk melakukan pembelian makan yang mereka butuhkan. Produk merupakan sekumpulan nilai kepuasan komplek. Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dan mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk Kotler (2011:181). Fenomena persaingan cita rasa produk antar perusahaan memacu pihak manajemen untuk mengoptimalkan dan menjaga kualitas produk yang diberikan demi menjaga loyalitas konsumen. Hal ini ditegaskan Yuniasari (2013:15) yang menyatakan bahwa cita rasa produk mempengaruhi Loyalitas konsumen secara signifikan dan positif.

Selain cita rasa produk, kualitas pelayanan juga merupakan bagian penting dalam meraih keunggulan. Kualitas pelayanan dijadikan sebagai upaya memberi

kenyamanan dan kepuasan pada pelanggan agar kelak pelanggan selalu berminat pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan adalah Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan sesuatu Kotler (2011:17). Wibowo (2013) menegaskan Terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di Kota Purwokerto.

Keunggulan lain yang bisa disaingkan adalah tempat suatu perusahaan tersebut. Tempat meliputi kegiatan perusahaan untuk membuat produk tersedia untuk target konsumen Kotler dan Amstong (2010:51). Besta (2010) menegaskan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa lokasi bepengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa adanya penempatan lokasi yang lebih strategis, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap Istana Mie dan Ice Cabang Citraland Semarang.

Dari uraian di atas, menunjukkan bahwa pemahaman mengenai strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan sangat dibutuhkan. Terutama strategi dari Kedai Es Teller77 cabang Kediri dalam menciptakan kepuasan konsumen yang berakibat terhadap loyalitas konsumen di bidang cita rasa produk, kwalitas pelayanan dan tempat. Berorientasi dari konsep sebelumnya, maka suatu masalah timbul apabila keadaan ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Loyalitas konsumen tumbuh karena kepuasaanya terpenuhi mulai dari cita rasa produk, kualitas pelayanan dan tempat. Untuk itu dalam penelitian ini akan dianalisis tentang bagaimana proses terbentuknya loyalitas pelanggan dalam diri konsumen. Dengan demikian, penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis terhadap cita rasa produk, kualitas pelayanan dan tempat yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada Kedai Es Teller77 Cabang Kediri oleh karena itu diambil judul

penelitian "Pengaruh Cita rasa produk, Kualitas Pelayanan dan tempat terhadap Loyalitas Konsumen pada Kedai Es Teller77 Cabang Kediri Town Square.

II. Metode

Variabel terikat atau variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Loyalias Konsumen. Sedangkan variabel bebas adalah Cita Rasa Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Tempat (X3).

Indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan adalah melakukan pembelian ulang secara teratur *(Makes regular repeat purchases)*, melakukan pembelian diluar lini atau jasa *(Purchases across product and service lines)*. merekomendasikan produk *(Refers other)*, menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing *(Demostrates an immunity to the full of the competition)* . Indikator yang digunakan untuk mengukur cita rasa produk adalah bau, rasa dan rangsangan mulut. Indikator tang digunakan variabel kualitas pelayanan adalah keyakinan, empati dan berwujud. Sedangkan indikator yang digunakan untuk variabel tempat adalah saluran, lokasi dan transportasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Dalam penelitian ini metode pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dan data sekunder, yaitu data yang diperoleh ditempat penelitian. Tempat atau objek penelitian yaitu di Kedai Es Teller77 Cabang Hypermart Kediri Town Squere yang beralamat di jalan Hassanudin no.2 Kediri. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei sampai Juni 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kedai Es Teller77 Cabang Hypermart Kediri . Populasi ini bersifat tidak terbatas dan heterogen yang dapat dilihat dari jenis pekerjan, jenis kelamin, pendidikan dan usia. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil

cara penentuan sampel dengan menghitung rata-rata konsumen Kedai Es Teller77 Cabang Hypermart Kediri Town Squere yang berkunjung setiap harinya selama satu bulan. Dan sampel yang didapat yaitu sebanyak 50 orang. Cara ini diambil karena waktu dan biaya yang dikeluarkan lebih efektif dan efisien.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner (angket) dan disusun berdasarkan skala likert. Skala likert. Penghitungan validitas di bantu dengan menggunakan program SPSS versi 16. Hasil pengujian menunjukkan tingkat validitas dari instrumen nilai rhitung lebih dari rtabel. sehingga instrument penelitian dinyatakan valid. Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Hasil menunjuknan bahwa nilai Cronbach's Alpha semua variabel > 0,6, sehingga semua variabel dikatakan reliabel. Data yang dikumpulkan dari jawaban yang berwujud opini yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka yang diperoleh dari konsumen yang berkunjung di Kedai Es Teller77 cabang Hypermart Kediri Town Squere.

Langhah-langkah pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner yang disebarkan kepada konsumen yang berkunjung di Kedai Es Teller77 cabang Hypermart Kediri Town Squere. Teknik Analisis Data yang digunakan yaitu yang pertama Uji Asumsi Klasik yang terdiri data Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi dan Uji Heteroskedastisitas Analisis linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh antara variabel dengan menggunakan progam SPSS versi 16.

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen

Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

   Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011:98), mengemukakan Uji F (uji simultan) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas

III. Hasil dan Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan di Kedai Es Teller77 Cabang Hypermart Kediri Town Squere diperoleh hasil pembahasan yaitu:

a. Pengaruh cita rasa produk terhadap loyalitas konsumen

Pada pengujian hipotesis menunjukan bahwa cita rasa produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen . Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} dari variabel cita rasa produk (t_{hitung}= -2,143)> t_{tabel} (2,013) hal ini berarti cita rasa produk berpengaruh negatif pada loyalitas konsumen. Hal ini berbading terbalik dengan kajian penelitian terdahulu milik terdahulu milik Yuniasari (2013:72) hasil hipotesis menunjukkah bahwa cita rasa produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t_{hitung} dari variabel cita rasa produk (t_{hitung}= 2,243)> t_{tabel} (2,013).

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen

Pada pengujian hipotesis dua menunjukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung dari variabel kualitas pelayanan (t hitung= 2,054) jauh lebih besar dari pada nilai t tabel (2,013). Hal ini sama dengan kajian penelitian terdahulu milik Wibowo (2013:64) menegaskan Terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan (t_{hitung}= 2,143> t_{tabel} (2,013).

c. Pengaruh tempat terhadap loyalitas konsumen

Pada pengujian hipotesis 3 menunjukan bahwa tempat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen hal ini dibuktikan

dengan nilai t hitung dari variabel loyalitas konsumen (t hitung =8,456) jauh lebih besar dari nilai t tabel (2,013). Hal ini sama dengan kajian penelitian terdahulu milik Besta (2010:81) menegaskan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa lokasi bepengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t_{hitung} dari variabel lokasi (t_{hitung}= 2,341> t_{tabel} (2,013).

d. Pengaru cita rasa produk, kualitas pelayanan dan tempat secara simultan terhadap loyalitas konsumen

Pada pengujian hipotesis 4 menunjukan cita rasa produk, kualitas pelayanan dan tempat memiliki pengaruh signifikansi terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukan denagn nilai F_{hitung} =24,262 jauh lebih besar dari nilai t_{tabel} (2,013). disamping itu nilai signifikansi yang dimiliki sebesar 0,020 jauh lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yakni sebesar 0,05.

IV. Daftar Pustaka

Azwar. 2010. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Besta, Virginia. 2010. Pengaruh Kwalitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Istana Mie Ice Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2010. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semaranrang: Universitas Diponegoro

Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty*, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta : Erlangga

Iswayanti, Ika Putri. 2011. Analisi Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat terhadap Loyalitas konsumen pada Soto Angkringan Mas Boed Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro

Kotler, Armstong. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga

Kotler and Keller. 2011. *Marketing Managemen*. London : Prenticee Hall

Maftukhin, Muhammad. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas pelanggan pada Toko Bandeng Juana Erlina Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro

Purwanto dan Suharyadi. 2009. Statistika untuk Keuangan dan

Ekonomi Moderen Edisi 2. Jakarta: Salemba empat

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta

Sutrisni. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Hargadan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat M3 pada Maasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro

Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa Lanjutan. Jakarta : Bayumedia

Wibowo, Ari Susanto. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Purwokerto. Purwokerto :Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Yuniasari, Darlina. 2013. Pengaruh, Reputasi Perusahaan, Atribut Produk dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen Puja Sera Jl. Sudirman Jember. Jember: Uiversitas Negeri Jember