PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DE KLAPPER PIE PEKANBARU

The Influence of product quality and taste on customer loyalty De Klapper Pie Pekanbaru

DRAFT SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Lancang Kuning

Oleh

NAZIFA KHOIRUNNISA
2061201197

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU
2024

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA	:	NAZIFA KHOIRUNNISA
NIM	:	2061201197
FAKULTAS	:	EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN	:	MANAJEMEN
JUDUL	:	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DE KLAPPER PIE PEKANBARU

PEMBIMBING I

Dr. NOFRIZAL,SE.,MM
NIDN : 1002118703

PEMBIMBING II

Dr. RYAN PAHLAWAN,S.E.,M.M.
NIDN: 1010118604

DEKAN

Dr. DINI ONASIS, S.E., S.H., M.M., M.H., CA.,ACPA
NIDN: 1006067101

KETUA JURUSAN

Dr. AZNURIYANDI, SE., M.Si
NIDN: 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	:	NAZIFA KHOIRUNNISA
NIM	:	2061201197
FAKULTAS	:	EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN	:	MANAJEMEN
JUDUL	:	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DE KLAPPER PIE PEKANBARU

KETUA

Dr. AZNURIYANDI, SE., M.Si
NIDN : 1021088602

SEKRETARIS

Dr. IDEL WALDELMI, SE. I, M.Si
NIDN : 1008078602

ANGGOTA

Dr. NOFRIZAL,SE.,MM
NIDN: 1002118703

Dr. RYAN PAHLAWAN,S.E.,M.M
NIDN: 1010118604

Dr. IDEL WALDELMI, SE. I, M.Si
NIDN : 1008078602

Dr. HARDI, S.E, M.M
NIDN : 1015058102

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND TASTE ON CUSTOMER LOYALTY DE KLAPPER PIE PEKANBARU

This research aims to examine the influence of product quality and taste on customer loyalty at De Klapper Pie Pekanbaru. This type of research uses quantitative research. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing using statistical tests to partially test each variable, as well as the F test for independent variables simultaneously on the dependent variable. Data was processed using the SPSS program. The research results show that product quality influences customer loyalty, as well as taste influences customer loyalty at De Klapper Pie Pekanbaru. Product quality and taste influence customer loyalty at De Klapper Pie Pekanbaru. The sample in this study was 100 people. The magnitude of the influence is shown by the coefficient of determination of 0.614 or 61.4%. This shows that 61.4% of customer loyalty is influenced by product quality and taste and 38.6% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: ***Product Quality, Taste, and Customer Loyalty.***

ABSTRAK

"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DE KLAPPER PIE PEKANBARU"

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik Analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji statistic menguji secara parsial masing-masing variabel, serta uji F untuk variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen. Data diolah menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, begitu juga dengan cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru. Kualitas produk dan cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Adapun besaran pengaruhnya ditunjukan dengan Koefisien determinasi sebesar 0,614 atau sebesar 61,4% hal ini menunjukan bahwa 61,4% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan cita rasa dan 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Cita Rasa, Loyalitas Pelamggan

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis dalam bentuk skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan atau Doktor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 2 Desember 2024



Nazifa Khoirunnisa

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, dan ketabahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : "**Pengaruh Kualitas Produk dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru**". Yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Junaidi, SS, M.Hum selaku Rektor Universitas Lancang Kuning yang telah menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Bapak Dr. Dini Onasis, SE.,SH,MM,AK,CA,ACPA. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
3. Bapak Zaharman, SE., M.Si., AK., CA. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
4. Bapak Aljufri, S.E., M.Ak., AK., CA selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.

5. Bapak Dr. Fatkhurahman, S.E., M.Si., M.M. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
6. Bapak Dr. Aznuriyandi SE., M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
7. Bapak Dr. Idel Waldelmi, SE.I, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
8. Bapak Dr. Nofrizal SE., M.M selaku Pembimbing 1 dan Bapak Dr. Ryan Pahlawan, SE., M.M selaku Pembimbing 2 penulis yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi) untuk menyelesaikan program kuliah jenjang S1 di Universitas Lancang Kuning.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
10. Bapak dan Ibu dosen serta Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
11. Bapak dan Ibu Owner dan karyawan serta konsumen De Klapper Pie Pekanbaru beserta jajarannya yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.
12. Kepada Orangtua penulis, bapak Azrial dan ibu Linda Elvia, S.Pd.I, serta Abang saya Ahmed Arius Syaikhi, Kakak saya Khori Atul Arifah dan Adik saya Dzikra Ramdhan yang menjadi support system dan memberikan dorongan, semangat yang luar biasa serta do'a yang tiada henti. Terima

kasih selalu memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

13. Sahabat-sahabat terbaik saya Melati Idaman Hati dan Azhariah Fatia yang telah banyak memberikan dukungan, semangat dan bantuan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan saya Kaswa, Via, Eka, Mila dan Sherly yang telah banyak memberikan semangat dan bantuan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Serta rekan-rekan mahasiswa seperjuangan dengan penulis yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan masukan kepada penulis untuk menyelesiakan penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam mengerjakan skripsi ini.

Pekanbaru, 2 Desember 2024

Penulis,

Nazifa Khoirunnisa

DAFTAR ISI

ABSTRACT
ABSTRAK
PERNYATAAN
KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI iv
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN 1
1.2. RUMUSAN MASALAH 6
1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN 6
1.3.1. TUJUAN PENELITIAN 6
1.3.2. MANFAAT PENELITIAN 7
1.4. SISTEMATIKA PENULISAN 7
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESES 9
2.1 TELAAH PUSTAKA 9
2.1.1 Manajemen 9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen 9
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen 10
2.1.2 Pemasaran 12
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran 12
2.1.2.2 Manajemen Pemasaran 13
2.1.2.3 Konsep-Konsep Pemasaran 14
2.1.3 Kualitas Produk 15
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk 15
2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk 17
2.1.4 Cita Rasa 18
2.1.4.1 Pengertian Cita Rasa 18
2.1.4.2 Indikator Cita Rasa 20
2.1.5 Loyalitas Pelanggan 21
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan 21

2.1.5.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan 22
2.1.5.3 Indikator Loyalitas Pelanggan 23
2.1.6 Penelitian Terdahulu 24
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN 30
2.3 HIPOTESIS 32
BAB III METODE PENELITIAN 33
3.1 OBJEK PENELITIAN 33
3.2 POPULASI DAN SAMPEL 34
3.2.1 Populasi 34
3.2.2 Sampel 34
3.3 TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL 35
3.4 JENIS DAN SUMBER DATA 36
3.4.1 JENIS DATA 36
3.4.2 SUMBER DATA 36
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA 37
3.6 IDENTIFIKASI DAN OPERASIONAL VARIABEL 38
3.7 ANALISIS DATA 40
3.7.1 Pengujian Regresi Linier Berganda 41
3.7.1.1 Koefisien Korelasi 41
3.7.1.2 Koefisien Determinasi 41
3.7.1.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 42
3.7.1.4 Uji Validitas 43
3.7.1.5 Uji Reliabilitas 44
3.7.1.6 Uji F (stimulasi) 44
3.7.1.7 Uji Asumsi Klasik 45
BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN 48
4.1 SEJARAH SINGKAT DE KLAPPER PIE 48
4.2 VISI DAN MISI DE KLAPPER PIE 50
4.3 STRUKTUR ORGANISASI 51
4.3.1 Fungsi dan Tugas Organisasi 51
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 53
5.1 Hasil Penelitian 53
5.1.1 Identitas Responden 53
5.1.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin 53

5.1.1.2 Berdasarkan Usia 54
5.1.1.3 Berdasarkan Pendidikan 54
5.1.1.4 Berdasarkan Pekerjaan 55
5.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 56
5.1.2.1 Uji Validitas 60
5.1.2.2 Uji Reliabilitas 61
5.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik 62
5.1.3.1 Uji Normalitas 62
5.1.3.2 Uji Autokorelasi 63
5.1.3.3. Uji Multikollinearitas 64
5.1.3.3 Uji Heterokedastisitas 65
5.1.4 Hasil Uji Hipotesis 66
5.1.4.1 Uji Koefisien Regresi Linear Berganda 66
5.1.4.2 Uji Simultan (Uji F) 67
5.1.4.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T) 68
5.1.4.4 Koefisien Determinasi (R^2) 69
5.2 Pembahasan 71
5.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru 71
5.2.2 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru 71
5.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru 71
BAB VI 74
KESIMPULAN DAN SARAN 74
6.1 Kesimpulan 74
6.2 Saran 74
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Hal**

1.1 Omset Penjualan De Klapper Pie Pekanbaru tahun 2019-2023 2
1.2 Daftar Toko Kue Pie di Pekanbaru 3
1.3 Tanggapan Pelanggan Terhadap Cita Rasa Produk De Klapper Pie 4
1.4 Penjualan De Klapper Pie Pekanbaru 2023 5
2.1 Penelitian Terdahulu 24
3.1 Indentifikasi dan Operasional Variabel 38
3.2 Penilaian Interpretasi Mean Variabel Penelitian 39
3.3 Bobot Nilai 40
3.4 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan 41
3.5 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Pengaruh 42
5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53
5.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia 54
5.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan 54
5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 55
5.5 Rekapitulasi Uji Validitas 61
5.6 Rekapitulasi Uji Reliabilitas 62
5.7 Rekapitulasi Uji Normalitas Variabel Penelitian 63
5.8 Rekapitulasi Uji Autokorelasi 63
5.9 Rekapitulasi Uji Multikolinearitas 64
5.10 Rekapitulasi Uji Koefisien Regresi Linear Berganda 66
5.11 Rekapitulasi Uji Simultan (Uji F) 68
5.12 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T) 69
5.13 Rekapitulasi Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2) 70

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Hal**

2.1 Pradigma Penelitian 32
4.1 Struktur Organisasi De Klapper Pie Pekanbaru.....51
5.1 Hasil Uji Heterokedastisitas.....65

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Kemajuan teknologi di Indonesia khususnya makanan dapat menjadi kerangka bisnis yang sangat menguntungkan, karena makanan merupakan salah satunya kebutuhan penting yang harus dipenuhi. Hal tersebut didasari bahwa makanan dan minuman memiliki peran besar dalam pembangunan perekonomian di Indonesia (Rihanto, 2019).

Peningkatan industri makanan di Indonesia saat ini bisa berjalan dengan cepat. Salah satu pasar industri makanan saat ini sangat kompetitif sampai sekarang ini adalah industri dapur kue. Kemajuan pesat yang terjadi di industri toko kue karena tingginya permintaan dari pelanggan. Saat ini, makanan tersebut tidak lagi dianggap sebagai makanan sisi, tapi telah berakhir makanan pokok bagi beberapa orang Indonesia, khususnya untuk sebagian besar masyarakat perkotaan. Industri toko kue adalah industri makanan berkembang sangat cepat dan dikenal luas dalam masyarakat, kue yang enak untuk makanan di kalangan atas, tengah atau bawah.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (*Kotler dan Keller* 2016).

Menurut data pra riset melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada pelanggan De Klapper Pie menyatakan bahwa faktor-faktor yang

mempengaruhi rendah nya loyalitas pelanggan pada De Klapper Pie belum diteliti secara mendalam. Pembahasan ke arah ini hanya dugaan saja, rendah nya loyalitas pelanggan disebabkan kurang nya kualitas produk dan cita rasa. Penulis ingin meneliti seberapa besar pengaruh kualitas produk dan cita rasa pada De Klapper Pie Pekanbaru.

Tabel 1.1
Omset Penjualan De Klapper Pie Pekanbaru tahun 2019-2023

No.	Tahun	Jumlah
1	2019	Rp. 2.087.273.000
2	2020	Rp. 1.950.372.000
3	2021	Rp. 1.795.569.000
4	2022	Rp. 2.281.450.000
5	2023	Rp. 2.904.259.000

Sumber : Data Internal De Klapper Pie Pekanbaru (2024)

Berdasarkan pada tabel di atas dapat dilihat omset penjualan De Klapper Pie Pekanbaru masih mengalami fluktuasi, pendapatan pada lima tahun terakhir masih mengalami naik turun pada setiap tahun nya. Jumlah pendapatan pada setiap tahun mengindikasikan adanya berbagai faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada De Klapper Pie Pekanbaru.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan tersebut meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (*Kotler & Keller*, 2017). Menurut Tjiptono (2015) bahwa definisi konvensional dari kualitas merupakan performasi sebagai gambaran langsung dari suatu produk, keandalan, mudah untuk digunakan, estetika dan sebagainya.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Konsumen akan

membeli produk jika mereka tertarik dan merasa cocok, karena ini produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga pelanggan tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya pelanggan. Namun apabila pemasar memperhatikan kualitas, maka pelanggan tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggannya.

Tabel 1.2
Daftar Toko Kue Pie di Pekanbaru

No.	Nama Toko Roti	Alamat
1	Happiness Pie	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 44b, Sukajadi
2	Purrfect Pie	Jl. Riau Gg. Harapan II No.30
3	Hoya Bakery	Jl. Hr. Soebrantas No.71, Panam
4	Holland Bakery	Jl. Hr.Soebrantas Tuah Karya, Tampan
5	Pie susu - Soe culinary	Jl. Farmasi No.21, Sumahilang, Kec. Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru

Sumber : Data pra riset peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat beberapa nama toko kue pie yang menjadi pesaing De Klapper Pie Pekanbaru. Hal ini dapat menjadi motivasi De Klapper Pie Pekanbaru untuk terus meningkatkan kualitas produk agar pelanggan tetap loyal.

Cita rasa merupakan cara dalam pemilihan makanan atau minuman yang dibedakan dari rasa itu (Maimunah 2019). Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah usaha toko kue. Rasa yang khas di suatu toko kue , akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen. Tidak dipungkiri banyak pengusaha yang mulai bermunculan di bidang kuliner, semakin banyak pengusaha yang terjun di bidang kuliner semakin ketat juga persaingan para pengusaha. Cita rasa sangat berperan penting, konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti lebih mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru yang berjumlah 5 orang, pelanggan menyatakan tanggapan mereka terhadap cita rasa produk De Klapper Pie Pekanbaru. Berikut tanggapan yang diberikan oleh pelanggan Rotte Bakery Pekanbaru.

Tabel 1.3
Tanggapan Pelanggan Terhadap Cita Rasa Produk De Klapper Pie

No.	Responden	Tanggapan
1	R.01	Lezat
2	R.02	Aroma menggugah selera
3	R.03	Tekstur pie yang lembut
4	R.04	Makanan yang selalu fresh from the oven

Sumber : Data pra riset peneliti (2024)

Dapat dilihat pada tabel 3 bahwa pelanggan De Klapper Pie yang berjumlah 5 orang memberikan tanggapan positif terhadap cita rasa produk De Klapper Pie Pekanbaru. Dari beberapa tanggapan pelanggan De Klapper Pie

menunjukkan bahwa De Klapper Pie memberikan cita rasa yang tinggi terhadap pelanggan nya.

Tabel 1.4
Penjualan De Klapper Pie Pekanbaru 2023

Triwulan	Target	Realisasi
I	7750 box	7586 box
II	8500 box	8372 box
III	9500 box	9437 box
IV	9700 box	9563 box

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa realisasi penjualan De Klapper Pie pada triwulan I sebanyak 7586 box, pada triwulan II sebanyak 8372 box, pada triwulan III sebanyak 9437 dan pada triwulan IV penjualan sebanyak 9563 box.

Fenomena yang terjadi pada De Klapper Pie Pekanbaru menghadapi pesaing yang sejenis seperti Happiness Pie, Purrfect Pie, Hoya Bakery, Pie susu - Soe culinary yang memiliki usaha kue yang sama. Oleh karena itu, De Klapper Pie terus berusaha menciptakan dan memberikan kualitas produk yang lebih baik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain dari memberikan kualitas produk yang baik, De Klapper Pie juga memberikan cita rasa yang tinggi agar pelanggan terus bertambah dan melakukan pembelian ulang.

Dari beberapa fenomena diatas merupakan bagian dari masalah yang dijadikan untuk bahan penelitian selanjutnya dan juga dari penelitian sebelumnya. Permasalahan yang lain juga bagaimana De Klapper Pie mampu mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap kualitas produk dan cita rasa yang dihasilkan De Klapper Pie agar omset penjualan mengalami penaikan

Berdasarkan berbagai latar belakang dan pemikiran tersebut maka peneliti mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru".

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada De Klapper Pie Pekanbaru?
2. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada De Klapper Pie Pekanbaru?
3. Apakah kualitas produk dan cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada De Klapper Pie Pekanbaru?

1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada De Klapper Pie Pekanbaru
2. Untuk mengetahui cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada De Klapper Pie Pekanbaru
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada De Klapper Pie Pekanbaru.

1.3.2 MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan sumbang pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai manajemen khususnya mengenai manajemen pemasaran.

c. Manfaat akademis

Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bentuk komitmen pemikiran, perbandingan dan referensi untuk mendorong penelitian mengenai masalah yang berkaitan.

3.1. SISTEMATIKA PENULISAN

Bentuk gambaran isi proposal ini bisa dilihat dari penjelasan dibawah ini. Dimana dari bab I hingga bab VI itu saling berhubungan, berikut penjabarannya:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menjabarkan perkara latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab ini mengemukakan tentang teori-teori ini yang mendukung penelitian ini yaitu teori manajemen, teori pemasaran, teori kualitas

produk ,teori cita rasa, teori loyalitas pelanggan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, defenisi operasional variabel, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian serta metode analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan secara ringkas tentang gambaran umum tempat penelitian diantaranya menjelaskan tentang sejarah singkat tempat penelitian, visi dan misi tempat penelitian, struktur organisai tempat penelitian, serta aktivitas tempat penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu kualitas produk, cita rasa dan loyalitas pelanggan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dikemukakan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran guna mengatasi permasalahan yang terjadi.

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru. Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru dapat dilihat dari hasil uji t sebesar 9,079 dengan nilai sig. 0,000 < 0,05.
2. Cita rasa berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru dapat dilihat dari hasil uji t sebesar 1,922 dengan nilai sig. 0,007 < 0,05
3. Kualitas produk dan cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru, dapat dilihat dari uji Fhitung sebesar (79,805) > F Tabel (3,09) dengan Sig. (0,000) < 0,05.

Adapun besaran pengaruhnya ditunjukkan dengan Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,372 artinya variabel X1 kualitas produk dan X2 cita rasa mampu menjelaskan bahwa variabel Y loyalitas pelanggan sebesar 61,4 % dan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Setelah penulis melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan cita rasa terhadap loyalitas pelaanggan De Klapper Pie Pekanbaru, penulis

ingin menyampaikan saran dengan harapan dapat menjadi referensi dalam mewujudkan konsep pemasaran yang lebih baik dan benar dengan konsep nya. Berdasarkan hasil penelitian diatas penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal ini berarti kualitas produk harus lebih baik lagi, terutama produk yang disajikan tidak mudah rusak (kadaluwarsa), sehingga sesuai dengan keinginan pelanggan dan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru.
2. Cita rasa juga sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka penjual yang menawarkan produknya harus lebih memperhatikan rasa dari produk yang di tawarkan sehingga sesuai dengan keingunan pelanggan dan meningkatkan loyalitas dari De Klapper Pie Pekanbaru.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, sehubungan dengan keterbatasan-keterbatasan yang ada pada penulis, penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, terdapat kelemahan-kelemahan, dan belum dapat mengungkapkan seluruh variabel yang meningkatkan loyalitas pelanggan De Klapper Pie Pekanbaru. Disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ansori, M. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2. Airlangga University Press.

Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Deepublish.

Drummond, K.E., & Brefere, L.M. (2010). Nutrition for foodservice and culinary profesisional's. (Seventh Edition). John Wiley & Sons. New Jersey

Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta

Hadi, Sugeng N. & Salman Al-Farisi (2016), Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, dan Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur (Studi Kasus Pada UD Bina Makmur Pacitan, Jawa Timur), Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 15.

Hasibuan, M. S. . (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Jumiati, 2019, Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Abortus Di RSU Mutia Sariduri Periode 2017, Jurnal Bidan Komunitas. 11(1): 57-64.

Jumiati, J. 2019. "Upaya Meningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaranscramble Pada Mata Pelajaran Geografi Materi Poros Maritim Dunia Kelas Xi Ips Man 2 Pontianak". Tersedia di halaman http://digilib.ikippgriptk.ac.id/532/2/2 (diakses pada 20/06/2020) IKIP PGRI Pontianak.

Justitie, Destria. dkk. (2019) "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan *Waffelio Franchise* di Surakarta". Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 13.

Kotler, Philip dan Lane Keller. 2016. A Framework of Marketing Management, Sixth Edition, Pearson Education Limited, England

Kuncoro, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitattif Dan R&D. Erlangga: Jakarta.

Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen, 1(2), 57–68.

Nurmansyah. (2018). Manajemen Pemasaran Strategis. Pekanbaru: Unilak Press. Cet. 1.

Rihanto, D. (2019). Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Sumbang 6,35% terhadap PDB Nasional. https://Www.PikiranRakyat.Com/Ekonomi/Pr 01316389/Pertumbuhan-Industri-Makanan-Dan-Minuman-Sumbang-635-Terhadap-PdbNasional#:~:Text=Menurut%20Airlangga%2C%20hingga%20triwulan%20I, Minuman%20mencapai%206%2C77%25.&text=Sektor%20tersebut%20pun %20berkontribu.

Rini Ratna Nafita Sari, 2018, Pengaruh cita rasa, harga, dan tempat terhadap loyalitas konsumen (studi pada Kedai Mie Djoedes Pare), Jurnal: Ekuivalensi jurnal ekonomi dan bisnis

Simamora. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Gramedia

Stanton, William J. (2016). Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh, Jilid I. Jakarta:Erlangga.

Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.

Sudaryono. (2018). Metodologi Penelitian. Raja Grafindo.

Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatit Dan R&D. Bandung: Alfabeta

Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran, In Media, Yogyakarta.