

**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 wawancara 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

### 1.1 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).**

## **1.2 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

## **1.3 Tujuan**

Dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari 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

#### **1.4 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.

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

### 1.5 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.

## Daftar Pustaka

- Ahmad, Rois, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Resto Ayam Nelongso Sawojajar). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 124–135.
- Ahsan, A. F., & Lukmandono. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Anita Family Bakery Sumenep. *Prosiding SENASTITAN: Seminar ...*, 35–42.
- Andreas, C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Anindra Violeta, T., & Suryani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Amanda Brownies Di Kota Bandung. *Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS)*, 10(1), 1235–1245.
- Aprilia, R., & Susanti, D. (2017). Brand Image Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Dan Menggunakan Produk Cream Wajah Garnier. *Jurnal EKSEKUTIF*, 14(1), 120–135.
- Aryani, D. W. I. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 42–53.
- B. Alexander, D. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Bagasworo, W. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan ( Studi Pada Konsumen di Sisha Cafe Kemang ) *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*. ISSN: 2302-4119. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan.*, 2(3), 110–118.
- Dewi, N. K., Andri, G., & Yonaldi, S. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT Unilever Cabang Padang). *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 29.
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine

- Fiberglass. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 831–840.
- Ernanda, D., & Sugiyono. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10), 8.
- Fitriyani, N., Pratiwi, D., & Rafani, Y. (2016). Analisis Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis, Vol.13, No(3)*, 42–52.
- Ghozali, I. (2012). Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawan, L., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). *Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Toko Bintang Terang*. 4(1), 424–434.
- Guntur, A. B., & Surya, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pendahuluan. *Jrbm Tirtayasa*, 3(2), 198–214.
- Gustiani, H. (2019). *Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Pemasangan Iklan Media*.
- Jeklin, A. (2016). 濟無 *No Title No Title No Title*. July, 1–23.
- Kalalo, R. (2013). Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pt. Matahari Dept. Store, Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1553–1561.
- Karomah, R., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(11), 25–39.
- Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. (2019). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3), 2–18
- Lokasi, P., Dan, P., Harga, P., & Keputusan, T. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi

Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).

Novitawati, R. A. D., Prihatminingyan, B., & Imansyah. (2019). JISIP : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Email: retta111171@gmail.com; imanprasta248@gmail.com Berbisnis sekarang semakin lama semakin sengit , berbagai perusahaan bekerja keras agar tetap bisa bersa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(4), 175–180.

Penilaian, S., Pada, P., Belajar, H., & Salatiga, N. (2013). *Economic Education Analysis Journal*. 2(1), 18–23.

Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., & Setiawan, I. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Lotyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 102–115.

Riset, K., Dan, T., Tinggi, P., Bengkulu, U., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Manajemen, P. S. (2016). *Pengaruh Cutomer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Tri ( Mahasiswa Universitas Bengkulu ) Skripsi Dede Sahrina Hasibuan C1b012113*.

Runtuuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813.

Santoso, S. (2011). *Mastering SPSS Versi 19*. Penerbit PT Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.

Sayekti, R. N. S., Mulyadi, B. A., Rifa'i, M., & Novitawati, R. A. D. (2018). Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sentra Industri Kerajinan Alas Kaki Toyosima (Toyomarto Singosari Malang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 41–50.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Susanti, R. A. D. (2016). Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Pengguna Jasa Pembiayaan. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 8(2), 90–100.
- Visser, M., & Fokkema, M. (2021). Customer relationship management. *Digital Marketing Fundamentals: From Strategy to ROI*, 3, 427–470.
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(3), 25–38.
- Zahroh, U., & Oetomo, H. W. (2018). Pengaruh Produk, Word Of Mouth, Lokasi Terhadap Loyalitas