

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia terutama bisnis kuliner merupakan fenomena yang sangat menarik untuk kita teliti, terutama pada era globalisasi sekarang ini. Hal ini membuka peluang bagi pengusaha untuk turut berkompetensi dalam menjaring konsumen di Indonesia.

Bisnis cafe di Indonesia saat ini khususnya di kota-kota besar semakin berkembang dengan pesat, banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha coffee shop dengan berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan, selain itu beberapa lokasi di kota kecil bahkan juga banyak bermunculan cafe, ini tidak terlepas dari dukungan pemerintah setempat yang mempermudah perizinan mendirikan usaha (Hartono, 2018). Menurut (Damanik, 2017) industri cafe merupakan salah satu jenis usaha yang cepat menyebar seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang berkembang pesat. Cafe yaitu suatu tempat yang identik dengan meja- meja dan kursi yang tertata rapi dan juga sofa yang nyaman, menjual aneka varian kopi dan makanan kecil sebagai penunjang disertai alunan musik dan suasana nyaman yang dapat dirasakan oleh konsumen (Poniman, 2018). Sedangkan menurut (Santoso, 2018) cafe dikategorikan kedalam restoran yang informal dan biasanya buka sampai larut malam bahkan ada yang 24 jam dan sering kita temukan di tengah kota atau ditempat yang padat penduduk.

Pada masa sekarang ini, usaha boga menjadi bidang usaha yang sangat menguntungkan sebab banyak orang lebih suka belanja makanan dari pada membuatnya sendiri. Kebiasaan belanja mengakibatkan orang-orang menjadi lebih suka jajan makanan dan minuman dari pada membuatnya sendiri. Seiring perkembangannya sektor dipariwisata, maka para pengusaha dalam bidang jasa boga berlomba-lomba menawarkan berbagai produk makanan dari produk kuLimer kontinental sampai oriental. Disini kita dapat melihat banyaknya pembangunan cafe dan restoran diberbagai kota diindonesia terutama di Tebing Tinggi. Hal ini tidak lepas dari permintaan pasar yang semakin meningkat terhadap kebutuhan kafe dan restoran yang nyaman dan represntatif.

Cafe berasal dari bahasa Prancis, secara harfiah cafe adalah minuman (kopi), tetapi kemudian menjadi tempat dimana seseorang bisa minum-minum, tidak hanya minuman kopi tetapi juga yang lainnya dan juga makanan. Saat ini sudah semakin banyak produsen cafe dan resto yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut membuat pengusaha cafe dan restoran harus berpikir lebih keras supaya bisa untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Restoran dan Cafe merupakan usaha jasa dari makanan dan minuman hal ini dijelaskan pada UU 10/2009 disebutkan “bahwa yang dimaksud dengan usaha jasa makanan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yabg dikengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, cafe, jasa boga, dan bar/kedai minum” peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP2010 tentang tata cara

pendaftaran usaha jasa makanan dan minuman, memberikan definisi bahwa restoran dan cafe adalah usaha penyedia makanan dan minuman dilengkapi dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan penyimpanan dan atau penyajiannya, didalam suatu tempat yang tidak berpindah-pindah.

Kopi Massa Kok Tong Lim Ming merupakan salah satu cafe yang sampai saat ini masih sangat eksis, hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah pengunjung yang datang ke Kopi Massa Kok Tong Lim Ming yang selalu stabil, tidak hanya di hari libur saja. Kopi Massa Kok Tong Lim Ming juga salah satu cafe yang menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan baik. Kopi Massa Kok Tong Lim Ming memiliki beberapa cabang di beberapa kota yaitu terdapat 2 cabang di kota Pematang Siantar, Dua cabang di Kota Tebing Tinggi dan 2 cabang di Kota Medan. Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi memiliki 15 karyawan dan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming memiliki struktur organisasi yang baik dan terseruktur seperti adanya manger, kasir, pelayan, koki, barista dan cleaning service sehingga para karyawan dituntut harus profesional dan mampu menjalankan tugas dengan maksimal, karena pihak perusahaan selalu menjaga konsumen yang loyal dan menjaga kepuasan konsumen dari harga diskon yang diberikan, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Berikut data pengumjung Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Kota Tebing Tinggi.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi Pada
Bulan Juli – Desember 2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Juli	386 Pengunjung
2	Agustus	381 Pengunjung
3	September	356 Pengunjung
4	Oktober	329 Pengunjung
5	November	320 Pengunjung
6	Desember	459 Pengunjung

Sumber : Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi mengalami penurunan jumlah pengunjung, yaitu dari bulan juli sampai dengan bulan Oktober 2022. Sehingga peneliti ingin mengetahui faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya penurunan pada jumlah pengunjung atau menurunnya loyalitas konsumen pada Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi.

Menurut Tjiptono, (2018) Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek,toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas dianggap sebagai faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan, berbagai cara telah dilakukan untuk meningkatkan loyalitas, diantaranya dengan menciptakan kepuasan pelanggan. Berikut tabel prasurvey loyalitas konsumen yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey Loyalitas Konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming
Kota Tebing Tinggi

No	Pertanyaan	Jawaban		Jumlah Sampel
		Setuju	Tidak Setuju	
1	Apakah anda akan melakukan pembelian ulang di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	14	16	30 Orang
2	Apakah anda akan merekomendasikan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming pada pihak lain dan merekomendasikan untuk membeli produknya ?	13	17	30 Orang
3	Apakah anda pindah ke tempat lain apabila Kopi Massa Kok Tong Lim Ming menaikkan harga pada produknya ?	21	9	30 Orang
4	Apakah anda akan selalu membicarakan hal-hal positif tentang Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	11	19	30 Orang

Sumber: Hasil olah data kuesioner pra-survey (2023)

Berdasarkan dari tabel pra survey 1.2 di atas menunjukkan bahwa banya responden yang tidak setuju dari pada responden setuju dengan loyalitas konsumen. Pada poin pertama dapat dilihat 14 responden setuju dengan akan melakukan pembelian ulang di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 16 responden tidak setuju. Pada poin kedua dapat dilihat bahwa 13 responden setuju dengan akan merekomendasikan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming pada pihak lain dan merekomendasikan untuk membeli produknya dan 17 responden tidak setuju. Pada poin ketiga dapat dilihat bahwa 21 responden setuju dengan pindah

ke tempat lain apabila Kopi Massa Kok Tong Lim Ming menaikkan harga pada produknya dan 9 responden menyatakan tidak setuju. sedangkan pada poin keempat dapat dilihat bahwa 11 responden setuju dengan akan selalu membicarakan hal-hal positif tentang Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 19 responden menyatakan tidak setuju.

Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen tidak loyal dengan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming, dan pada poin ketiga menunjukkan bahwa akan banyak konsumen yang pindah apabila Kopi Massa Kok Tong Lim Ming menaikkan harga pada produknya sehingga hal ini sangat berdampak pada loyalitas konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan (Yunita, 2018) menyatakan beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen salah satunya yaitu kualitas produk. Berikut tabel prasurvei kualitas produk yang dilakukan oleh peneliti.



Tabel 1.3
Hasil Pra Survey Tentang Kualitas Produk Pada Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Kota Tebing Tinggi

No	Pertanyaan	Jawaban		Jumlah Sampel
		Setuju	Tidak Setuju	
1	Apakah anda suka dengan penampilan makanan dan minuman yang disajikan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	16	14	30 Orang
2	Apakah anda merasa puas dengan porsi makanan dan minuman yang disajikan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	12	18	30 Orang
3	Apakah anda suka dengan bentuk sajian makanan dan minuman Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	11	19	30 Orang
4	Apakah anda senang dengan warna dari setiap makanan dan minuman yang ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	13	17	30 Orang
5	Apakah anda menyukai rasa makanan dan minuman yang ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	18	12	30 Orang

Sumber: Hasil olah data kuesioner pra-survey (2023)

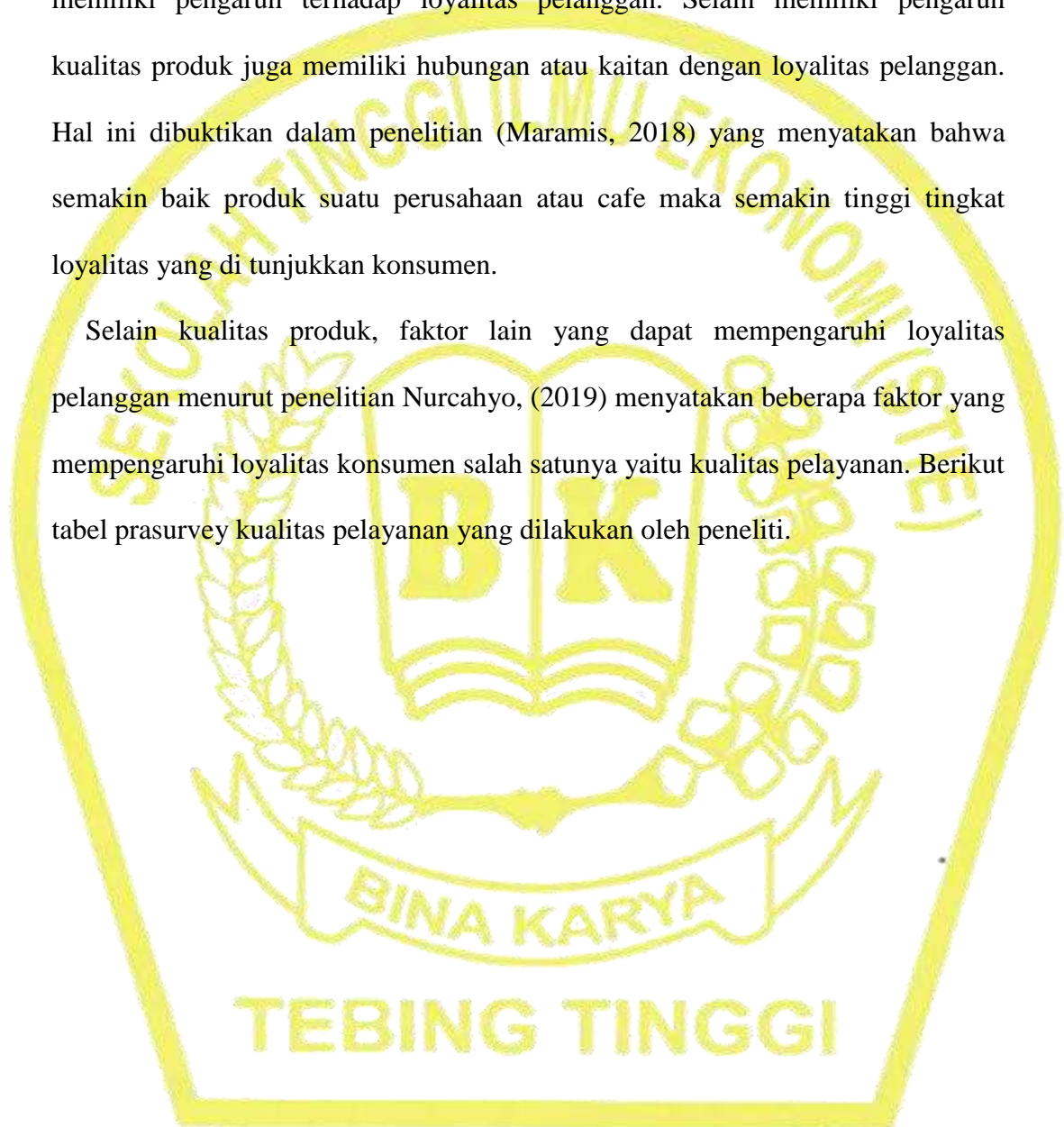
Berdasarkan dari tabel pra survey 1.3 di atas menunjukkan bahwa banyak responden yang tidak setuju dan ada responden yang setuju dengan kualitas produk. Pada poin pertama dapat dilihat 16 responden setuju suka dengan penampilan makanan dan minuman yang disajikan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 14 responden tidak setuju. Pada poin kedua dapat dilihat bahwa 12 responden setuju dan merasa puas dengan porsi makanan dan minuman yang disajikan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 18 responden tidak setuju. Pada

poin ketiga dapat dilihat bahwa 11 responden setuju dengan suka dengan bentuk sajian makanan dan minuman Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 19 responden menyatakan tidak setuju. Pada poin keempat dapat dilihat bahwa 13 responden setuju dan senang dengan warna dari setiap makanan dan minuman yang ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 17 responden menyatakan tidak setuju. Sedangkan pada poin kelima dapat dilihat bahwa 18 responden setuju dengan menyukai rasa makanan dan minuman yang ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 12 responden tidak setuju.

Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen tidak suka dengan kualitas produk yang ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan hal ini akan mempengaruhi loyalitas pada konsumen. Menurut Maramis, (2018) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk yang dijual harus dijaga untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Hal tersebut mutlak dilakukan oleh pemilik usaha yang sedang dikelola. Jika sebuah usaha akan bertahan hidup, maka haruslah memikirkan cara efektif agar dapat bersaing. Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan maupun produk yang dikelola, dengan adanya perubahan gaya hidup konsumen inilah yang mendorong pemilik Kopi Massa Kok Tong Lim Ming membuka cafe yang menawarkan kesan santai, tenang dan nyaman untuk berkumpulnya konsumen dengan teman ataupun relasinya atau hanya sekedar ingin bersantai menikmati kopi yang disajikan.

Dari keterangan di atas disimpulkan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi dan juga dapat dikatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selain memiliki pengaruh kualitas produk juga memiliki hubungan atau kaitan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dalam penelitian (Maramis, 2018) yang menyatakan bahwa semakin baik produk suatu perusahaan atau cafe maka semakin tinggi tingkat loyalitas yang ditunjukkan konsumen.

Selain kualitas produk, faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan menurut penelitian Nurcahyo, (2019) menyatakan beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen salah satunya yaitu kualitas pelayanan. Berikut tabel prasurvey kualitas pelayanan yang dilakukan oleh peneliti.



Tabel 1.4
Hasil Pra Survey Tentang Kualitas Pelayanan Pada Konsumen Kopi Massa
Kok Tong Lim Ming Kota Tebing Tinggi

No	Pertanyaan	Jawaban		Jumlah Sampel
		Setuju	Tidak Setuju	
1	Apakah karyawan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming memiliki kualitas pelayanan yang handal ?	17	13	30 Orang
2	Apakah Kopi Massa Kok Tong Lim Ming memiliki jaminan dalam kualitas pelayanan yang diberikan ?	8	22	30 Orang
3	Apakah karyawan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming memiliki penampilan yang menarik ?	18	12	30 Orang
4	Apakah karyawan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming menunjukkan rasa empati dalam setiap pelayanannya ?	19	11	30 Orang
5	Apakah karyawan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan ?	14	16	30 Orang

Sumber: Hasil olah data kuesioner pra-survey (2023)

Berdasarkan dari tabel pra survey 1.4 di atas menunjukkan bahwa banya responden yang setuju dan banyak juga responden yang tidak setuju dengan kualitas pelayanan. Pada poin pertama dapat dilihat 17 responden setuju dengan kualitas pelayanan yang handal di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 13 responden tidak setuju. Pada poin kedua dapat dilihat bahwa 8 responden setuju dengan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming memiliki jaminan dalam kualitas pelayanan yang diberikan dan 22 responden tidak setuju. Pada poin ketiga dapat

dilihat bahwa 18 responden setuju dengan karyawan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming memiliki penampilan yang menarik dan 12 responden menyatakan tidak setuju. Pada poin keempat dapat dilihat bahwa 19 responden setuju dengan karyawan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming menunjukkan rasa empati dalam setiap pelayanannya dan 11 responden menyatakan tidak setuju. Sedangkan pada poin kelima dapat dilihat bahwa 14 responden setuju dengan karyawan Kopi Massa Kok Tong Lim Ming tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan dan 16 responden tidak setuju.

Maka dapat disimpulkan bahwa pada kualitas pelayanan di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming masih banyak konsumen yang tidak puas dengan pelayanan yang ada sehingga hal ini akan berdampak pada loyalitas konsumen.

Menurut Arianto,(2018) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang lebih, maka pelanggan akan puas. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam membangun

loyalitas pelanggan dan juga kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan keterangan di atas dapat dilihat bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Namun dalam penelitian ini peneliti ingin membahas faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen melalui variabel intervening yaitu melalui kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan (Nurchahyo, 2019) menyatakan faktor variabel kepuasan konsumen juga mempengaruhi loyalitas konsumen. Berikut tabel prasurvey kepuasan konsumen yang dilakukan oleh peneliti.



Tabel 1.5
Hasil Pra Survey Tentang Kepuasan Konsumen Koppi Massa Kok Tong Lim Ming Kota Tebing Tinggi

No	Pertanyaan	Jawaban		Jumlah Sampel
		Setuju	Tidak Setuju	
1	Apakah anda senang setelah berkunjung di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	9	21	30 Orang
2	Apakah anda sering membeli produk makanan dan minuman di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?	14	16	30 Orang
3	Apakah produk yang ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming sesuai dengan kebutuhan anda ?	11	19	30 Orang
4	Apakah produk yang ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming sesuai dengan keinginan anda ?	18	12	30 Orang
5	Apakah Kopi Massa Kok Tong Lim Ming sesuai dengan harapan anda ?	7	23	30 Orang

Sumber: Hasil olah data kuesioner pra-survey (2023)

Berdasarkan dari tabel pra survey 1.5 di atas menunjukkan bahwa pada poin pertama dapat dilihat 9 orang senang setelah berkunjung di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 21 responden yang merasa tidak senang. Pada poin kedua dapat dilihat bahwa 14 responden sering membeli produk di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dan 16 responden tidak setuju dengan penggunaan produk. Pada poin ketiga dapat dilihat bahwa 11 responden setuju produk yang ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming sesuai dengan kebutuhan dan 19 responden menyatakan tidak setuju. Pada poin keempat dapat dilihat bahwa 18 responden setuju produk yang

ada di Kopi Massa Kok Tong Lim Ming sesuai dengan keinginan dan 12 responden menyatakan tidak setuju. Sedangkan pada poin kelima dapat dilihat bahwa 7 responden setuju tentang Kopi Massa Kok Tong Lim Ming sesuai dengan harapan dan 23 responden tidak setuju.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming. Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan atau kaitan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan oleh kenyamanan dan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan atau cafe kepada para pelanggannya. Karena semakin baik kualitas pelayanan yang dihasilkan sebuah perusahaan atau cafe maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas pelanggan yang di dapatkan oleh perusahaan tersebut (Nurchayyo, 2019).

Menurut Danang, (2018) Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya.

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidak puasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut.

Menurut penelitian Yunita, (2018) kualitas pelayanan dan kualitas produk juga memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Karena kedua variabel tersebut yang menjadi dasar atas tolak ukur konsumen dalam menilai puas tidak puasnya mereka pada Kopi Massa Kok Tong Lim Ming, dan kemudian rasa puas tersebut akan menjadi bentuk kunjungan berulang dan menjadi konsumen yang loyal pada cafe tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan keterangan di atas Maka peneliti tertarik ingin mencari pengaruh dari setiap variabel dengan judul penelitian **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?

4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming ?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening ?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming.

5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Lim Ming dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi dan pengetahuan kepada perusahaan yang terkait tentang seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap loyalitas konsumen dengan tingkat kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, dan dapat dijadikan sebagai pembanding dengan keadaan yang terjadi dilapangan (praktek).

3. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program strata satu manajemen dan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan untuk perguruan tinggi.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan bahan referensi maupun bahan pertimbangan bagi mereka yang menjadikan penelitian lebih lanjut khususnya mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

