



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN IKAN BAKAR MANGLI**

TESIS

Oleh :

Helmi Suaidy, SE.

Pembimbing :

1. Prof. DR. H Harijono SU. EC
2. Drs. Sriono, MM.

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS JEMBER
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2008**

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Tesis ini telah disetujui
Di Jember, tanggal, Februari 2008

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Prof. Dr. H. Harijono, SU.Ec
NIP. 130 206 216

Drs. S r i o n o, MM.
NIP. 131 624 476

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen,

Drs. Hadi Paramu, SE., MBA, Ph.D.
NIP. 132 056 183

KATA PENGANTAR

Assalamualakum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Ikan Bakar Mangli” sebagai tugas akhir dan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada program Pasca Sarjana Program Studi magister Manajemen Universitas Jember. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penyusunan Thesis ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan dari beberapa pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual, di antaranya :

1. Bapak Drs. Hadi Paramu, SE., MBA, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Jember.
2. Bapak Prof. Dr. H. Harijono, SU.Ec., selaku Dosen Pembimbing I dan, Bapak Drs. Sriono, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta dengan penuh kesabaran dan ketelatenan dalam mengarahkan, memberi masukan, dan mengoreksi penulis dalam menyusun thesis ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan berbagi pengalaman kepada penulis selama menempuh kuliah.
4. Staf dan Karyawan Program Pascasarjana Universitas Jember yang telah membantu memperlancar proses administrasi selama kuliah dan penyusunan thesis ini sehingga berjalan dengan lancar.
5. Bapak dan Ibuku tercinta, Bapak M.Luthfi AA. dan Ibu Siti Aminah, terima kasih atas kasih sayang, doa restu, pengorbanan material maupun spiritual atas terselesaikannya studi ini.

6. Istriku tercinta Luciana Dwiningyad yang selalu pengertian, baik dalam pikiran, ucapan, waktu, tenaga dan materi, serta dengan penuh ketelatenan dan kesabaran dalam mendampingi penulis guna menyelesaikan tesis ini.
7. Kakakku mbak Inung, mas Holis, mbak Elok, adikku Qumil, Ninok terima kasih atas kasih sayang, kebersamaan, dorongan dan semangat yang diberikan selama ini.
8. Sahabat-sahabat kelas (Asri, Mbak Reni, Mbak Retno, Mbak Fety, Andani, Mas Ali, Mas Mahmudi, Mas Bambang dan lain-lain), terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan selama kuliah.
9. Sahabat-sahabat Organisasi Pemuda Muhammadiyah, BM PAN, Asosiasi UKM Taspen, PAN, ABC Club, terima kasih atas dukungannya selama penulis kuliah sampai dengan terselesaikannya study ini.
10. Tim pasukan Ikan Bakar Mangli yang selesu sering ditinggal dan direpotkan selama penulis kuliah sampai dengan terselesaikannya study ini.
11. Seluruh pihak-pihak yang membantu dan memperlancar terselesaikannya thesis ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga thesis ini mampu memberikan manfaat bagi perkembangan Rumah Makan Ikan Bakar Mangli kedepan khususnya, dan menambah khasanah ilmu pengetahuan pada umumnya. Penulis menyadari bahwa thesis ini disusun dengan segala keterbatasan pengetahuan sehingga jauh dari sempurna, selanjutnya penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun bagi perbaikan thesis ini lebih lanjut.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jember, Februari 2008

Penulis

ABSTRAKSI

Helmi Suaidy, SE, 2008

Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Ikan Bakar Mangli

Tesis, Program Pasca Sarjana, Program Studi Magister Manajemen,
Universitas Jember

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Harijono, SU, Ec
Pembimbing II : Drs. Sriono, MM

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor *marketing mix* yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada rumah makan ikan bakar mangli.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk menemukan bukti empiris ada tidaknya pengaruh faktor-faktor *marketing mix* dalam mempengaruhi loyalitas konsumen pada rumah makan ikan bakar mangli. Untuk menguji apakah koefisien regresi masing-masing variabel independen dalam persamaan regresi merupakan koefisien yang signifikan, maka perlu dilakukan pengujian dengan uji F dan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan dan parsial terhadap loyalitas konsumen.

Dari analisis yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa nilai probabilitas F hitung lebih kecil daripada tingkat signifikan 0,05. Sedangkan secara parsial probabilitas t hitung untuk masing-masing variabel lebih kecil daripada tingkat signifikan 0,05, kecuali faktor lokasi dan sarana. koefisien determinasi sebesar 0,506 sehingga kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sebesar 50,6% sedangkan 49,4% dijelaskan oleh faktor diluar model ini

ABSTRACT

**Helmi Suaidy, SE., 2008,
Factors Analysis that Influence to Consumer Loyalty
of Rumah Makan Ikan Bakar Mangli**

Thesis, Jember University, Magister Management, Post Graduated Program

Consultant I : **Prof. Dr. H. Harijono, SU, Ec.**
Consultant II : **Drs. Sriono, MM.**

This research is intended to examine the marketing mix factors that influence to consumer loyalty of Rumah Makan Ikan Bakar Mangli.

The model of analysis that is used in this research is multiple linear regressions for finding the empirical evidence about the marketing mix factors that influence to consumer loyalty of Rumah Makan Ikan Bakar Mangli. F test and t test were used to know whether the independent variables significantly affect dependent variable.

From analysis which have been done shown that the value of probability F-test was lower than level significant 0,05. Partially, value of probability t-test for each variable was lower than level significant 0,05, except facilities factor. R square is 0,506 means the ability of independent variables to explain dependen variable is 50,6% and 49,4% is explained by external factor of the regression model.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Landasan Teori	4
2.1.1 Konsep Pemasaran	4
2.1.2 Perilaku Konsumen	6
2.1.3 Keputusan Pembeli	8
2.1.4 Strategi Pemasaran	12
2.1.5 Segmentasi Pasar	14
2.1.6 Bauran Pemasaran	15
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	27
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka dan Hipotesis	32
2.3.1 Kerangka Konseptual	32
2.3.2 Hipotesis	33

BAB 3. METODE PENELITIAN	35
3.1 Lokasi Penelitian	35
3.2 Jenis penelitian	35
3.3 Data dan Sumber Data	35
3.4 Populasi dan Tehnik Sampel	35
3.5 Alat Pengumpulan Data	36
3.6 Identifikasi Variabel	36
3.7 Definisi Operasional Variabel	37
3.8 Pengukuran Variabel.....	39
3.9 Pengujian Instrumen.....	40
3.10 Metode Analisis dan Uji Hipotesis	42
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Analisis Deskriptif	50
4.1.1 Karakteristik Responden	50
4.2 Pengujian Instrumen.....	52
4.2.1 Uji Validitas	52
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.3 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesa	54
4.3.1 Analisis Faktor	54
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4 Pengujian Hipotesa.....	63
4.5 Pembahasan	64
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 Rekapitulasi Responden Pekerjaan	51
Tabel 4.3 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.4 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	51
Tabel 4.5 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Income	52
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian pada Warung Ikan Bakar Mangli	53
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Analisis Faktor (Penilaian Variabel yang Layak)	55
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda Faktor <i>Marketing Mix</i> Terhadap Loyalitas Konsumen pada Warung Ikan Bakar Mangli.....	60
Tabel 4.10 Nilai VIF Pada Loyalitas Konsumen	62
Tabel 4.11 Hasil Uji F Pada Loyalitas Konsumen	63
Tabel 4.12 Hasil Uji t Pada Loyalitas Konsumen.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Langkah-Langkah Analisis Faktor.....	44
Gambar 3.2: Fungsi Distribusi t.....	48
Gambar 3.3: Fungsi Distribusi F.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Tabel Frekuensi
- Lampiran 2 Uji Validitas
- Lampiran 3 Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Factor Analysis
- Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 Uji Glejser
- Lampiran 7 Daftar Kuisisioner