

ABSTRAK

Bisnis makanan dipercaya merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis yang tidak terlalu terkena imbas krisis. Sebab, semua orang butuh makanan sehingga dengan begitu pasti akan dicari orang. Penelitian Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap kesetiaan Merek pada Restoran Magna di Cirebon, kepuasan konsumen diukur melalui *Attributes related to the product* yang terdiri dari harga, kualitas, kelezatan, tampilan makanan, keandalan, keragaman, *Attributes related to the service* yang terdiri dari jaminan, kecepatan, kesediaan, dan *Attributes related to the purchase* yang terdiri dari kesopanan, penyampaian, permintaan, pengetahuan, dan reputasi. Dan kesetiaan merek diukur dari keseringan, pembelian ulang, rekomendasi, dan tetap memilih restoran Magna.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuesioner dengan menyebarkan sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*, dimana responden pernah makan di restoran Magna minimal ≥ 2 . Sampel yang digunakan adalah konsumen restoran Magna di Cirebon. Analisis data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen (Variable X) terhadap loyalitas merek (Variable Y) adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda. Kemudian data yang didapat kemudian dianalisis dengan menggunakan bantuan software aplikasi SPSS 11.5.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel *attribute related to the product* tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek, sedangkan variabel *Attributes Related To Service* dan *Attributes Related To Purchase* mempengaruhi Loyalitas Merek. Besarnya Pengaruh variabel tersebut adalah sebesar 0.242 atau 24.2% dan sisanya sebesar 0.758 atau 75.8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata kunci : Loyalitas merek, kepuasan konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penulisan.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	7
2.1.2 Loalitas Konsumen.....	10
2.1.3 Loyalitas Merek.....	11
2.1.4 Pengertian dan Manfaat Merek.....	15
2.1.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap	
Kesetiaan Merek.....	17
2.2 Kerangka pemikiran.....	19
2.3 Hipotesis Penelitian.....	20

BAB III	METODE PENELITIAN.....	21
	3.1 Objek Penelitian.....	21
	3.2 Metode Penelitian.....	21
	3.2.1 Jenis Penelitian.....	21
	3.2.1 Desain Penelitian.....	22
	3.2.3 Definisi Operasional Variabel.....	22
	3.2.4 Populasi dan Sampel.....	28
	3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
	3.2.6 Skala Pengukuran.....	30
	3.2.7 Analisis data.....	31
	3.3 Validitas dan Reliabilitas.....	32
	3.3.1 Uji Validitas.....	32
	3.3.1 Uji Reliabilitas.....	35
	3.3.1 Analisis regresi Berganda.....	38
 BAB IV	 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 39
	4.1 Profil Pelanggan	39
	4.2 Pembahasan.....	42
	4.2.1 Tanggapan responden mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek.....	42
	4.3 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	57
	4.4 Asumsi Regresi.....	61
	4.4.1 Hasil dari <i>Asumsi Regresi Variabel Attributes Related to the product, Attributes Related to services, Attributes Related to Purchase</i> terhadap Loyalitas Merek.....	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

2.1	Piramida Loyalitas Konsumen.....	12
2.2	Kerangka pemikiran.....	19

DAFTAR TABEL

3.1	Operasional Variable.....	24
3.2	Pemberian Bobot Skala Likert.....	31
3.3	KMO and Bartlett's Test.....	33
3.4	Rotated Component Matrix(a).....	33
3.5	Reliabilitas Variabel X.....	36
3.6	Reliabilitas Variabel Y.....	37
4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2	Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan.....	39
4.3	Data Responden Berdasarkan Kunjungan.....	40
4.4	Data Responden Berdasarkan Status Responden.....	41
4.5	Tanggapan Responden tentang kesesuaian antara perbandingan harga dan manfaat yang diterima.....	42
4.6	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Kualitas Makanan dan Minuman Yang Dihasilkan.....	43
4.7	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Kelezatan Makanan dan Minuman Yang Dihasilkan.....	44
4.8	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Ketertarikan Tampilan Makanan dan dan Minuman.....	45
4.9	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Dalam Menyajikan Menu Makanan Yang Lezat.....	45
4.10	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Keragaman Jenis Makanan dan Minuman Yang Disajikan.....	46
4.11	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Ketepatan Menu Yang Dipesan.....	47
4.12	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Kesiediaan Karyawan membantu Pelanggan.....	47

4.13	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Jaminan Restoran Untuk Memperbaiki Kualitas Kinerja Karyawannya.....	48
4.14	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Kesopanan Karyawan Dalam Memberikan Layanan.....	49
4.15	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Kejelasan Informasi Yang Disampaikan Oleh Karyawan.....	50
4.15	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Kemudahan Layanan Pembayaran Sesuai Dengan Pemintaan.....	51
4.16	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Pengetahuan Pelayan Terhadap Produk Restoran Dengan Harapan.....	52
4.18	Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Antara Reputasi Restoran Yang Baik.....	53
4.19	Tanggapan Responden Tentang Kecenderungan Untuk Pembelian Ulang Dalam Periode Waktu Tertentu.....	54
4.20	Tanggapan responden tentang kecenderungan untuk pembelian pada menu baru yang ditawarkan.....	55
4.21	Tanggapan Responden Tentang Kecenderungan Untuk merekomendasikan restoran Magna pada pelanggan lain.....	56
4.22	Tanggapan Responden Tentang tentang kecenderungan untuk tetap memilih restoran Magna di Cirebon walaupun banyak restoran lain yang menawarkan menu sejenis.....	56
4.23	Ringkasan Hasil Keseluruhan Hipotesis.....	60
4.24	<i>Coefficients(a)</i>	61
4.25	Analisis Regresi <i>Attributes Related To The Product, Attributes Related To Service, Attributes Related To Purchase</i> Terhadap Loyalitas Merek Secara Bersama-sama.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Profil Responden
Lampiran 3	Tabel Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Tabel Regresi
Lampiran 5	Karya Tulis
Lampiran 6	Brita Acara Bimbingan
Lampiran 7	Jurnal