

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI PEMEDIASI ANTARA VARIABEL KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CAFE INDIYA KULINER JL. AHMAD YANI , TALUK KUANTAN

¹Rike Novelia, ²Ice Kamela, ³Reni Yuliviona

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: rikenovelia98@gmail.com, Icekamela@bunghatta.ac.id, reniyuliviona@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali tempat maupun produk yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan konsumen beralih (Kotler & Keller, 2009)^[1]. Dalam era globalisasi seperti saat ini, sudah merambah ke semua sektor, sektor industri khususnya di bidang kuliner sudah menjadi salah satu bisnis yang memiliki persaingan di era modern. Pertumbuhan yang pesat pada bisnis kuliner penyajian makanan dan minuman (*food service*) saat sekarang ini memang sudah kita rasakan (Tjahjaningsih, 2016)^[1], begitu juga di Kota Taluk Kuantan Berdasarkan data penjualan yang didapatkan peneliti dapat disimpulkan bahwa keadaan penjualan pada cafe tersebut berfluktuasi cenderung meningkat. Selain itu peneliti juga melakukan survey awal untuk melihat tingkat loyalitas pelanggan, dari hasil survey awal tergambar bahwa loyalitas pelanggan masih dalam keadaan tidak loyal. Dengan demikian itulah yang menjadi fenomena dalam penelitian saya.

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pada pelanggan Cafe Indiya Kuliner.
2. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap kepuasan pada pelanggan Cafe Indiya Kuliner.

3. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pada pelanggan Cafe Indiya Kuliner.
4. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap loyalitas pada pelanggan Cafe Indiya Kuliner.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pada pelanggan Cafe Indiya Kuliner.
6. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan sebagai pemediiasi antara kepercayaan dengan loyalitas pada pelanggan Cafe Indiya Kuliner.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan sebagai pemediiasi antara promosi dengan loyalitas pada pelanggan Cafe Indiya Kuliner

METODE PENELITIAN

Jumlah sampel pada penelitian adalah 80 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* Teknik pengumpulan digunakan daftar pernyataan yang dibuat dalam bentuk kuisisioner (angket), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya menurut Sugiono, (2010) ^[2]. Teknik Analisis Data *Partial Least Square (PLS)*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengemukakan 7 hipotesis. Dasar yang digunakan dalam menguji

hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output path coefficient* dan *indirect effects* pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Arah	Original Sample	T Statistics	P Values	Ket
Kepercayaan => Kepuasan pelanggan	0.391	3.190	0.002	H ₁ diterima
Promosi => Kepuasan pelanggan	0.322	2.620	0.009	H ₂ diterima
Kepercayaan => Loyalitas pelanggan	0.158	1.368	0.172	H ₃ ditolak
Promosi => Loyalitas Pelanggan	0.505	2.183	0.030	H ₄ diterima
Kepuasan Pelanggan => Loyalitas Pelanggan	0.505	4.801	0.000	H ₅ diterima
Kepercayaan => Kepuasan Pelanggan => Loyalitas Pelanggan	0.197	2.582	0.010	H ₆ diterima
Promosi => Kepuasan Pelanggan => Loyalitas Pelanggan	0.163	2.329	0.020	H ₇ diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan ditemukan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Indiya Kuliner. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Indiya Kuliner. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Indiya Kuliner. Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Indiya Kuliner. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Indiya Kuliner. Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara kepercayaan dengan loyalitas pelanggan pada Cafe Indiya Kuliner. Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara promosi dengan loyalitas pelanggan pada Cafe Indiya

Kuliner. Dan variabel promosi yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka sebaiknya Owner Cafe Indiya Kuliner harus dapat mengarahkan karyawannya untuk dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Cafe Indiya Kuliner dengan cara cepat tanggap terhadap pelanggan, bersikap jujur, bertanggung jawab, dan selalu mengutamakan kualitas menu makanan. Selanjutnya Cafe Indiya Kuliner harus tetap gencar melakukan promosi agar pelanggan dapat mengenal dengan baik tempat yang akan di kunjunginya, selain itu dengan adanya promosi juga akan memberikan persepsi kepada pelanggan untuk tetap mengingat Cafe Indiya Kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- [1] Tjahjaningsih, E. (2016). Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan *Media Ekonomi dan Manajemen*, 28(2)

Buku

- [1] Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). Marketing Management. In *Organization* (Vol. 22).
- [2] Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). *Bandung: Alfabeta*.
- [3] Ghazali, Imam. 2014. Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4. Diponegoro dan Hengky Latan. 2015. Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0