

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PUSAT
OLEH-OLEH GTT KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
pada Program Studi Manajemen



OLEH:

AINUL SHOLIKAH

NPM. 2012010027

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

Skripsi oleh:

AINUL SHOLIKAH

NPM: 2012010027

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PUSAT
OLEH-OLEH GTT KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 24 Juni 2024

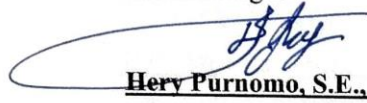
Pembimbing I



Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M

NIDN: 0711098703

Pembimbing II



Hery Purnomo, S.E., M.M

NIDN: 0713076803

Skripsi oleh:

AINUL SHOLIKAH

NPM: 2012010027

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PUSAT
OLEH-OLEH GTT KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pada tanggal: 12 juli 2024

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua Penguji : Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M
2. Penguji I : Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M
3. Penguji II : Hery Purnomo, S.E., M.M



Mengetahui,

Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si

NIDN: 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Ainul Sholikhah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Kediri/ 15 Juli 1999
NPM : 2012010027
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 24 Juni 2024

Yang Menyatakan



METERAI
TEMBEL
4DALX261761758

AINUL SHOLIKAH

NPM: 2012010027

MOTTO:

Bersabarlah dalam memperjuangkan sesuatu, karena hasil yang baik akan datang bagi mereka yang tekun dan gigih menjalani prosesnya.

Kupersembahkan Karya ini Buat:

1. Kedua orangtuaku Bapak Mariono dan Ibu Jamilatun. Bapak dan ibu yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, memberikan segala dukungan baik moril maupun material. Menjadi suatu kebanggaan memiliki kedua orangtua yang mendukung anak-anaknya dalam mencapai cita-cita dan harapan. Terima kasih Bapak dan Ibu telah membuktikan kepada dunia bahwa anak petani bisa menjadi Sarjana.
2. Ibu Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M dan Bapak Hery Purnomo S.M., M.M selaku dosen pembimbing yang senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan, nasihat dan motivasi hingga penulis bisa semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Rizky Cahya Dewantara. Terima kasih telah berkontribusi banyak dalam proses penyusunan Skripsi ini baik tenaga, waktu, materi. Terima kasih telah mendampingi, mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
4. Ainul Sholikhah (penulis). Terima kasih sudah menepikan ego, memilih kembali bangkit dan menyelesaikan perkuliahan hingga akhir. Terima kasih sudah berjuang dan bertahan hingga akhir.

Abstrak:

Ainul Sholikhah: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

Pada tahun ke tahun perkembangan industri oleh-oleh khususnya di Kediri dan sekitarnya mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pertumbuhan persaingan bisnis tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis loyalitas pelanggan yang ditinjau dari kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas dan pengumpulan data dengan kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan 70 responden yang diambil dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *IBM SPSS Statistic 23*. Hasil penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan ke Hadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya Skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan Judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri** ini ditulis guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:


1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, S.E., M.M selaku ketua program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dukungan dalam penyusunan Skripsi.
5. Bapak Hery Purnomo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dukungan dalam penyusunan Skripsi.

6. Bapak Gatot Siswanto dan Bapak Heru Indra selaku pemilik dan manajer CV. GTT Kediri yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian di CV. GTT Kediri.
7. Ibu dan Bapak yang telah memberikan dukungan dalam segala hal yang saya butuhkan selama berkuliah hingga menyusun Skripsi.
8. Kepada teman terbaik saya Cemara Family (Rofiussan, Dilla, Niken, Nikken) terima kasih sudah menemani dan selalu memberi dukungan kepada saya selama perjalanan perkuliahan saya dari awal hingga skripsi ini dibuat.
9. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 2 Juli 2024


AINUL SHOLIKAH
NPM: 2012010027

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II : KAJIAN TEORI.....	11
A. Kajian Teori	11
1. Loyalitas Pelanggan	11
a. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	11
b. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	12
2. Kualitas Pelayanan	13
a. Faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan ...	14
b. Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
3. Fasilitas.....	15
a. Indikator Fasilitas	16
4. Kepuasan Pelanggan.....	16

	a.	Faktor Memengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	17
	b.	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	18
	B.	Penelitian Terdahulu	19
	C.	Kerangka Berpikir.....	21
	D.	Kerangka Konseptual	24
	E.	Hipotesis.....	25
BAB III	:	METODE PENELITIAN	27
	A.	Variabel Penelitian	27
	1.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	27
	2.	Definisi Operasional Variabel.....	28
	B.	Pendekatan Dan Teknik Penelitian	29
	1.	Pendekatan Penelitian	29
	2.	Teknik Penelitian	29
	C.	Tempat Dan Waktu Penelitian	30
	1.	Tempat Penelitian	30
	2.	Waktu Penelitian	30
	D.	Populasi Dan Sampel	31
	E.	Instrumen Penelitian.....	32
	1.	Pengembangan Instrumen Penelitian	32
	2.	Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	35
	F.	Sumber Dan Teknik Penelitian	38
	1.	Sumber Data.....	38
	2.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
	G.	Teknik Analisis Data.....	40
	1.	Analisis Deskriptif	40
	2.	Uji Asumsi Klasik.....	41
	3.	Analisis Regresi Linier Berganda	43
	4.	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>)	43
	5.	Uji Hipotesis	44
BAB IV	:	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46

A.	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	46
1.	Sejarah Singkat CV. GTT (Gudange Tahu Takwa)..	46
2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	47
3.	Struktur Organisasi Perusahaan	48
4.	Karakteristik Responden	56
B.	Deskripsi Data Variabel	58
1.	Deskripsi Data Variabel Independen/Bebas	59
2.	Deskripsi Data Variabel Dependen/Terikat	62
C.	Analisis Data	63
1.	Uji Asumsi Klasik.....	63
2.	Analisis Regresi Linier Berganda	68
3.	Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>)	70
4.	Uji Hipotesis	71
D.	Pembahasan.....	74
BAB V	: SIMPULAN DAN SARAN	79
A.	Simpulan	79
B.	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
3.1 : Kisi Kisi Instrumen	33
3.2 : Pedoman Skor	35
3.3 : Hasil Pengujian Validitas Instrumen.....	36
3.4 : Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	37
4.1 : Jenis Kelamin Responden	56
4.2 : Usia Responden.....	57
4.3 : Frekuensi Pembelian	58
4.4 : Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan	59
4.5 : Deskripsi Data Variabel Fasilitas.....	60
4.6 : Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan.....	61
4.7 : Deskripsi Data Variabel Loyalitas Pelanggan	62
4.8 : Hasil Uji Multikolinieritas	65
4.9 : Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Pelayanan	67
4.10: Hasil Uji Linieritas Variabel Fasilitas	67
4.11: Hasil Uji Linieritas Variabel Kepuasan Pelanggan	68
4.12: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.13: Hasil Analisis Koefisien Determinasi	71
4.14: Hasil Uji-t (Parsial).....	72
4.15: Hasil Uji-f (Simultan)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 : Kerangka Konseptual	25
4.1 : Struktur Organisasi CV. GTT (Gudange Tahu Takwa).....	48
4.2 : Hasil Uji Normalitas <i>Probability plot</i>	64
4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1: Surat Izin Penelitian	86
2: Surat Balasan Penelitian.....	87
3: Kuesioner Penelitian	88
4: Tabulasi Responden	91
5: Hasil Olah Data.....	95
6: Dokumentasi Penelitian	106
7: Berita Acara Bimbingan.....	107

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pusat oleh-oleh merupakan salah satu tujuan yang dikunjungi oleh wisatawan. Pada tahun ke tahun perkembangan industri oleh-oleh khas daerah khususnya di Kediri dan sekitarnya mengalami perkembangan yang sangat pesat (Prihandini, 2021). Seperti yang diketahui ada berbagai macam pusat oleh-oleh di Kediri antara lain Pusat Tahu Takwa Kediri, Pusat Oleh-oleh Shinta, Pusat Oleh-oleh GTT Kediri, Pusat Oleh-oleh Kediri 99, Tahu Bah Kacung, Pusat Oleh-oleh Mak Plengeh, Pusat Tahu LYM, Pusat Oleh-oleh Matahari dan lain-lain. Adanya pusat oleh-oleh yang tersebar di Kediri menjadikan persaingan bisnis yang semakin ketat. Maka, perlu bagi pengusaha toko oleh-oleh untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini juga menjadi suatu permasalahan bagi bisnis Pusat Oleh-oleh GTT Kediri, sebagai salah satu industri bisnis oleh-oleh di Kediri.

Pertumbuhan persaingan bisnis tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya (Samari et al., 2023). Loyalitas pelanggan mengacu pada kesetiaan pelanggan terhadap suatu *brand*, pengecer atau *supplier* (Tjiptono et al, 2017). Hal ini didasarkan pada sikap pelanggan yang sangat baik dan ditunjukkan dengan pembelian rutin mereka. Untuk itu, kesetiaan pelanggan akan berdampak

positif pada keberlanjutan bisnis (Subagyo & Purnomo, 2022). Berdasarkan hasil observasi yang ditemukan peneliti, Pusat Oleh-oleh GTT Kediri sudah berupaya untuk mempertahankan kesetiaan pelanggannya dengan memberikan kualitas baik dari segi layanan maupun fasilitas. Namun ada fakta bahwa masih ada konsumen yang tidak melakukan pembelian ulang dan tidak menyarankan toko ke orang lain. Hal itu ditunjukkan dari hasil wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti.

Dari hasil wawancara tersebut diantaranya, dari Saudara (W) yang mengatakan *“Saya baru kali ini mampir disini, menurut saya sudah bagus sih mbak-mbaknya ramah tapi karena rame jadi berdesakan dan antri di kasirnya. Untuk selanjutnya saya ingin beli di toko oleh-oleh lainnya yang ada di Kediri karena saya belum puas belanja disini, jadi saya tidak berani merekomendasikan toko ini ke rekan-rekan saya”*. Saudari (WZ) mengatakan *“Banyak oleh-oleh yang bisa dibeli disini, sayangnya tempat kurang besar, kasir juga kurang karena biasanya yang mampir banyak rombongan yang jalan-jalan ke Kediri, jadi selalu numpuk di kasir jadi lama. Mau menunggu diluar juga tidak ada tempat duduknya sama sekali. Kalau mau sekedar duduk atau istirahat bisanya di lantai depan musholla”*. Saudara (B) mengatakan *“Tempatnya bersih rapi tapi agak sempit, mau milih produk agak sulit kalau pas rame, informasi dari karyawan juga kurang update, jadi sering tidak dapat jajan yang saya cari, jadi saya beli ke toko oleh-oleh lain”*.

Dari pernyataan pra penelitian tersebut tampak bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan konsumen memutuskan melakukan pembelian (Hasan et al., 2023). Beberapa faktor tersebut diantaranya kualitas pelayanan (Purnomo et al., 2021). Kualitas pelayanan yang baik pada dasarnya akan berdampak positif pada kepuasan yang dirasakan pengunjung, dari kepuasan akan menciptakan loyalitas pelanggan yang dapat meningkatkan bisnis (Zainal et al., 2018).

Kualitas pelayanan berkaitan dengan harapan pelanggan yaitu memastikan bahwa penyajiannya dapat memenuhi harapan mereka secara tepat (Tjiptono, 2014). Berdasarkan hasil observasi, Pusat Oleh-oleh GTT Kediri sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik, namun masih terdapat konsumen yang merasakan tidak mendapatkan tingkat kualitas pelayanan yang sesuai harapannya. Ini ditunjukkan dengan pendapat pembeli yang menilai bahwa pelayanan yang diberikan masih lama dan informasi yang diberikan kurang akurat.

Kualitas pelayanan yang memuaskan dapat menjadi faktor yang mendorong mereka untuk kembali menggunakan atau membeli produk yang sesuai dengan harapannya (Riyanti et al., 2022) ; (Purnomo et al., 2020). Sejalan dengan penelitian Kristanto Chandra & Thomas Santoso, (2021) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini berarti jika terdapat peningkatan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan maka loyalitas pelanggan juga akan ikut meningkat (Chandra & Santoso, 2021).

Sisi lain yang perlu dipertimbangkan selain kualitas pelayanan adalah fasilitas yang disediakan. Fasilitas sebagai sarana untuk mendukung bisnis ketika sedang memasarkan barang dan jasanya, adapun fasilitas berupa barang-barang yang ditempatkan di lokasi bisnis untuk memberikan pengalaman nyaman bagi pelanggan (Muawanah, 2020). Berdasarkan hasil observasi, terdapat pelanggan yang mengeluhkan tidak leluasa ketika berbelanja karena ruangan yang sempit dan tidak ada tempat duduk atau istirahat.

Untuk itu, fasilitas mempunyai dampak bagi loyalitas pelanggan, karena tingkat fasilitas yang tersedia mempermudah pelanggan dalam beraktivitas dan membuat mereka merasa nyaman saat menggunakan fasilitas tersebut (Susanto et al., 2023). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasan Ubaidillah, (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap loyalitas konsumen (Ubaidillah, 2020).

Pemilik bisnis perlu melakukan segala upaya mereka untuk menjamin kepuasan pelanggan agar mereka tetap setia terhadap perusahaan (Samari et al., 2023). Kepuasan merupakan keadaan emosional yang dihasilkan dari seseorang membandingkan seberapa baik kinerja produk maupun layanan dengan harapan yang mereka miliki (Kotler & Amstrong, 2017).

Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam menjaga kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi, perusahaan sudah melakukan upaya untuk membuat mereka puas. Namun, masih terdapat pendapat negatif yang membuat mereka tidak puas untuk berbelanja seperti ruangan yang sempit sehingga kesulitan memilih produk ketika ramai, informasi yang kurang akurat dari pegawai, tidak *update* stok produk, kurangnya tempat duduk dan istirahat.

Dengan demikian, kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dan akan memberikan dampak pada keberlanjutan bisnis. Sejalan dengan penelitian Imran et al, (2023) yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, yang berarti jika perusahaan melakukan peningkatan kepuasan konsumen maka akan meningkat pula loyalitas konsumen (Imran et al., 2023).

Berdasarkan fenomena yang ditemukan peneliti, Pusat Oleh-oleh GTT Kediri masih memperoleh tanggapan negatif dari pelanggannya. Adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang terjadi serta kurangnya penelitian sebelumnya terkait studi tentang bagaimana kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan berkorelasi satu sama lain di Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri, hal ini mengindikasikan kebutuhan akan penelitian yang lebih mendalam mengenai fenomena tersebut. Oleh karena itu, peneliti ingin melaksanakan penelitian yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri.**

B. Identifikasi Masalah

Seiring dengan penyajian latar belakang tersebut, menunjukkan sejumlah permasalahan yang perlu diidentifikasi agar mampu menjelaskan mengapa penelitian yang akan dilakukan memiliki relevansi dan urgensi. Berikut adalah identifikasi masalah pada penelitian ini :

1. Terdapat konsumen yang tidak melakukan pembelian berulang, tidak turut menyarankan toko ke orang lain dan melakukan pembelian di toko oleh-oleh lain.
2. Terdapat keluhan pelanggan yang menilai pelayanan yang diberikan lama sehingga banyak pengunjung yang antre di kasir, karyawan kurang memberikan informasi yang akurat terkait *stock* produk.
3. Terdapat keluhan pelanggan yang tidak leluasa ketika belanja karena ruangan yang sempit dan tidak ada tempat duduk sehingga tidak nyaman untuk dijadikan tempat istirahat.
4. Terdapat pelanggan yang tidak puas berbelanja karena terbatasnya ruangan sehingga kesulitan memilih produk ketika ramai, informasi yang kurang akurat dari karyawan, tidak *update* stok produk, kurangnya tempat duduk dan istirahat.

C. Pembatasan Masalah

Dengan merujuk kepada latar belakang masalah yang telah disajikan, penting untuk melakukan pembatasan permasalahan dalam kajian penelitian ini. Pembatasan masalah dilakukan karena permasalahan

yang diteliti sangat luas dan dipengaruhi oleh banyak faktor. Untuk itu diperlukan pembatasan masalah, sehingga penelitian ini difokuskan hanya meneliti pelanggan Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri dengan memakai variabel independen kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2), kepuasan pelanggan (X3) dan loyalitas konsumen (Y) selaku variabel dependen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penyajian latar belakang, ditemukan rumusan masalahnya, antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri?
2. Apakah fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri?
3. Apakah kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri?
4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut terkait apa yang ingin diketahui peneliti berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, yaitu:

1. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri.
2. Untuk menguji apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri.
3. Untuk menguji apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri.
4. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas pelanggan di Pusat Oleh-oleh GTT Kediri.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dari segi teori, harapannya adalah bahwa temuan penelitian ini bisa menurunkan penjelasan yang mendalam dan kontribusi untuk memperkaya pengetahuan serta pemahaman mengenai variabel kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berhubungan satu sama lain pada suatu perusahaan industri maupun perusahaan jasa.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Untuk memperluas pengetahuan serta pemahaman terkait bidang manajemen pemasaran secara khusus pada kualitas

pelayanan, fasilitas, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

- 2) Untuk sarana pelatihan kepada penulis guna melakukan penelitian dan melengkapi tugas akhir skripsi guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan pada penelitian ini dapat menurunkan referensi, wawasan tambahan mengenai kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas dan kepuasan pelanggan guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

c. Bagi Akademisi

- 1) Untuk meningkatkan pengetahuan tentang faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan serta memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang relevan.
- 2) Diharapkan juga bahwa penelitian ini bisa memberikan kontribusi nilai tambah bagi mahasiswa dalam pengetahuan yang didapatkan dari skripsi ini.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Para peneliti yang membutuhkan data ini dapat menggunakan penelitian ini sebagai sumber informasi dan rujukan, serta menjadi

dasar perbandingan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan mutu pelayanan, kelengkapan fasilitas, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Y., & Santoso, S. (2021). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Dimensi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening*. NCAB (National Conference on Applied Business).
- Chandra, K., & Santoso, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Mega Mart*. 9(2).
- Fandy Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Andi.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. In Deepublish. Deepublish.
- Firmani, P. S. (2019). *Pengaruh Fasilitas Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen di Swalayan Titi Rejeki Tahun 2019*. 80239.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IDM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S., Adi Permadi, L., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. In Yayasan Kita Menulis. Yayasan Kita Menulis.
- Haryono, G., & Albetris, A. (2023). *Pengaruh Corporate Image, Trust, Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Pusat Oleh-Oleh Khas Kerinci*. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1131. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1114>
- Hasan, S., Rahmat, L., ST, R., & Purnomo, H. (2023). *Kewirausahaan* (Issue 1). Pena Persada Kerta Utama.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen* (4th ed.). Alfabeta.
- Imran, I., Dona Amelia, Adriansyah, Kuliman, & Kenda silvia. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen Studi Kasus Sanjai Rina Kota Payakumbuh*. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(2), 473–483. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1064>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.,). Pearson Education Limited.
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Rajawali Pers.
- Prihandini, R. D. (2021). *Eksistensi Industri Tahu Kuning Di Kediri Tahun 1990-2020*. *Journal Pendidikan Sejarah*, 10(3), 1–9. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatawa/article/view/40960/35363>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2020). *Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel* (1st ed.). CV. Ajie Media Nusantara, Nganjuk.

- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). *Signifikansi harga, fasilitas dan layanan terhadap kepuasan konsumen jasa hotel. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen (EKOBIS); STIE MUhammadiah Jakarta, 11(1), 67–78.* <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Rifa'i, K. (2019). *Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction); Membangun Loyalitas Pelanggan.* In Zifatama publisher. [http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN OLEH Dr. KHAMDAN RIFA'I%2C SE.%2CM.Si.pdf](http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU%20MEMBANGUN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20OLEH%20Dr.%20KHAMDAN%20RIFA'I%20SE.%20CM.Si.pdf)
- Riyanti, A. S., Zulistiani, Z., & Purnomo, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Kopi Janji Jiwa Nganjuk. Seminar Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA) VII, 1086–1091.*
- S Muawanah. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pengguna Jasa Pengiriman Paket PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Jakarta. Skripsi, 2015, 1–34.* <http://repository.stei.ac.id/1220/>
- Samari, Soejoko, D. K. H., Ratnanto, S., Alam, C. P. P., & Purnomo, H. (2023). The role of consumer satisfaction on the culinary business prospects of potato donuts. *Enrichment: Journal of Management, 13(3), 1716–1725.* <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i3.1503>
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Nurul Falah Atif (ed.)). Refika Aditama.
- Subagyo, & Purnomo, H. (2022). *Manajemen UMKM* (1st ed.). Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books/about?id=ZmJzEAAAQBAJ>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (4th ed.). Alfabeta.
- Susanto, S., Wahyudi, F., Bagun, S., Nurdiani, T. W., & Purnomo, H. (2023). *Analysis of The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on Reuse Intention of Mobile Banking Payment in E-Commerce Transactions. MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science, 3(October), 274–280.* <https://doi.org/10.57152/malcom.v3i2.933>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian.* Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (A. Diana (ed.)). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Service Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Andi Offset.
- Ubaidillah, H. (2020). *Analisa Faktor Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen. Wahana, 72(1), 1–6.* <https://doi.org/10.36456/wahana.v72i1.2363>
- Zainal, V. R., Djaelani, F., Basamlamah, S., Yusran, H. L., Veithzal, A. P., & Sari, Y. N. I. (2018). *Islamic Marketing Management* (Cet.2). Bumi Aksara.