

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA KAFE KUALI NYONYA DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**SONY FIRMANSYAH**

**1510011211074**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
2021**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian komprehensif sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan kontribusi dan motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta, terutama kepada ibunda tersayang ibu Marlina yang selalu mendoakan penulis, memberikan motivasi, semangat yang tiada hentinya serta dukungan bagi penulis baik dalam pembuatan skripsi maupun dalam perkuliahan penulis dan juga untuk ayahanda bapak Syahril yang selalu memberikan dukungan penuh bagi penulis.

2. Bapak Prof. Tafdil Husni, SE, MBA, Phd, Rektor Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijaksanaannya.
3. Ibu Dr. Listiana Sri Mulatsih, SE.M.M, dan Bapak Drs. Meihendri, M.Si., Ak selaku Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Lindawati, SE.,M.Si dan Bapak Purbo Jadmiko, SE.,M.Sc selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah bersedia membantu segala administrasi penulis dari awal penelitian.
5. Ice Kamela SE.,M.M dan ibu Mery Trianita S.E.,M.M selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dalam memberikan bimbingan baik berupa pemahaman, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
6. Bapak Purbo Jadmiko, SE.,M.Sc selaku pembimbing akademik yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dalam keakademisan penulis selama perkuliahan.
7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan demi kelancaran penelitian ini.
8. Kakak tersayang Nursri Maryani Siska, Derry Sabar Budiman dan Ashari Seftri Ilham. Adik tersayang Afdal Muhammad Yaasin dan Aqhri Muhammad Yusuf yang memberikan dukungan berharga dalam menjalani kehidupan penulis dan memberikan semangat untuk menyelesaikan perkuliahan di Universitas Bung Hatta.
9. Keluarga besar tercinta yang telah memberi semangat baik secara moral maupun materi demi kelancaran pendidikan penulis di Universitas Bung Hatta.

10. Terimah kasih kepada teman-teman sesama pedagang online dan travel yang selalu memberi dukungan dan bantuan pada penulis, Fawaz Rizaki, Remodo Nasution, Pak Hafis, Hafid st , Faris tr, Amir dan Apeng.
11. Kepada teman-teman Squad Kijangers yang penulis sayangi, Genta, Om Crisna, Diffo, Elmon, Fajar, Bembeng, Zulex, Ibal, Heru, Okarin, Viky, Fikri, Yogi dan Manda. Dan teman-teman kontrakan Heru selalu memberi dukungan dan bantuan pada penulis Tante Ipit, Melda, Mbak Lis, dan Fury yang selalu memberi dukungan dan bantuan pada penulis dalam pembuatan skripsi, yang memberikan masukan dalam pembuatan skripsi dan memberikan pelajaran-pelajaran yang berharga didalam pergaulan penulis serta berjuang bersama dalam mencapai gelar sarjana dengan penulis baik dalam keadaan suka maupun duka.
12. Terimah kasih kepada Ivani Titania yang selalu sabar dalam menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Terimah kasih kepada teman-teman keluarga besar Manajemen B angkatan 2015 Universitas Bung Hatta yang tercinta.
14. Kepada teman-teman jurusan manajemen angkatan 2015 Fakultas ekonomi Universitas Bung Hatta yang sedang berjuang maupun yang sudah mendapatkan gelar sarjana, penulis mengucapkan terimakasih atas kebersamaannya dalam perkuliahan. Penulis menyadari bahwa, skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga banyak terdapat kekurangan didalam penulisan skripsi. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi kita semua, terimakasih.

**Padang, 19 Maret 2020**

**Sony Firmansyah**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN DEPAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	8
2.1 Kajian Literatur.....	8
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	8
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	8
2.1.1.2 Pentingnya Loyalitas Pelanggan.....	9
2.1.2 Kepuasan pelanggan.....	10
2.1.2.1 Pengertian kepuasan pelanggan.....	10
2.1.3 Kualitas Produk.....	11
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.4 Kepercayaan.....	12
2.1.4.1 Pengertian Kepercayaan.....	12
2.1.4.2 Pentingnya Kepercayaan.....	12
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	13
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	13
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	16

2.2.6	Pengaruh Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Antara Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan .....	16
2.2.7	Pengaruh Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Antara Kepercayaan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	17
2.3	Kerangka Konseptual.....	19
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
3.1	Objek Penelitian.....	20
3.2	Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1	Populasi.....	20
3.2.2	Sampel.....	20
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	21
3.3	Jenis data dan Sumber Data .....	21
3.3.1	Jenis Data .....	21
3.3.2	Sumber Data.....	21
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	22
3.5.1	Loyalitas Pelanggan (Y) .....	22
3.5.1.1	Indikator Loyalitas Pelanggan .....	22
3.5.2	Kepuasan Pelanggan (I) .....	22
3.5.2.1	Indikator Kepuasan Pelanggan (I) .....	22
3.5.3	Kualitas Produk (X1) .....	23
3.5.3.1	Indikator Kualitas Produk (X1) .....	23
3.5.4	Kepercayaan (X2) .....	23
3.5.4.1	Indikator Kepercayaan (X2) .....	23
3.6	Pengukuran Instrumen .....	24
3.6.1	Analisa Deskriptif .....	24
3.7	Teknik Analisis Data.....	25
3.7.1	Model Pengukuran <i>Measurement model assesment</i> .....	26
3.7.1.1	<i>Convergent Validity</i> .....	26
3.7.1.2	<i>Discriminant Validity</i> .....	26
3.7.1.3	Reliabilitas Konstruk ( <i>Reliability Construct</i> ) .....	26
3.7.2	R Square Dan Q Square .....	27
3.8	<i>Structur Model Assessesment</i> .....	27

<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	29
4.1.1 Response Rate .....	29
4.1.2 Profil Responden.....	30
4.1.3 Mengevaluasi Model Pengukuran <i>Measurement model assessment</i> .....	31
4.1.3.1 <i>Convergent Validity</i> .....	31
4.1.3.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	34
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	36
4.1.4.1 Loyalitas pelanggan (Y).....	36
4.1.4.2 Kepuasan pelanggan (I) .....	37
4.1.4.3 Kualitas pelanggan (X1) .....	38
4.1.5 R square dan Q square .....	39
4.1.6 Structural Model Assessment .....	40
4.2 Pembahasan.....	44
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang .....	44
4.2.2 Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang .....	45
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang .....	45
4.2.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang .....	46
4.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang. ....	47
4.2.6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan Antara Kualitas Produk Dan Loyalitas Pelanggan Pada Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang. ....	48
4.2.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan Antara Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Kafe Kualiti Nyonya Di Kota Padang. ....	49
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pengunjung Kafe Kualiti Nyonya Periode Januari 2019 – Desember 2019 di Kota Padang 3 .....	3
<b>Tabel 1.2.</b> Data Survey Awal Kafe Kualiti Nyonya Padang .....	4
Tabel 4.1. <i>Response rate</i> .....	29
Tabel 4.2. Profil Responden.....	30
Tabel 4.3. Output Loading Factor Kafe Kualiti Nyonya Tahap Pertama.....	31
Tabel 4.4. <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability Dan Average Variance Extracted</i> .....	33
Tabel 4.5. <i>Fornell Lacker Criterion</i> Kafe Kualiti Nyonya .....	34
Tabel 4.6. <i>Cross loading</i> Kafe Kualiti Nyonya.....	35
Tabel 4.7. Statistik Variabel Loyalitas Pelanggan Kafe Kualiti Nyonya.....	37
Tabel 4.8. Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan Kafe Kualiti Nyonya 38 ...	38
Tabel 4.9. Statistik Variabel Kualitas Produk Kafe Kualiti Nyonya.....	38
Tabel 4.10. Statistik Variabel Kualitas Produk Kafe Kualiti Nyonya.....	39
Tabel 4.11. <i>R square</i> dan <i>Q square</i> .....	40
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Hipotesis .....	41

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	19
Gambar 4.1 Tampilan Hasil PLS Algorithm Kafe Kualiti Nyonya .....	32
Gambar 4.2 <i>Structural Model Assessment</i> .....	41