

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keuangan merupakan faktor yang memegang peranan penting dalam kehidupan kemanusiaan dan ekonomi juga sangat menentukan pola hidup, corak dan sifat masyarakat. Pembangunan dan perkembangan ekonomi menjadi proses kegiatan yang dilakukan oleh suatu bangsa adalah proses aktif negara menerapkan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan yang dilakukan terus menerus dalam waktu yang lama.

Dalam ekonomi, pemasaran adalah salah satu tugas bagi pengusaha untuk menjaga kelangsungan usahanya bisnis, tumbuh dan menghasilkan keuntungan. Sukses atau tidak pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian pengusaha di lapangan dalam pemasaran, produksi, keuangan dan bidang lainnya.

Perkembangan bisnis kue di dunia termasuk Indonesia berkembang pesat. Hal ini tentu membuat dunia bisnis saling bersaing memperoleh keunggulan kompetitif. Dengan banyaknya perusahaan kue muncul, tentu pemilik bisnis selalu dituntut untuk menciptakan keunggulan produk yang diciptakan dibandingkan dengan pesaing.

Dari keunggulannya tersebut diharapkan dapat menarik banyak orang yang membeli karena manfaatnya kepada konsumen yang membawa perkembangan atau pengaruh yang positif kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan di pasar.

Amanda Brownies merupakan salah satu brownies yang digemari masyarakat Indonesia termasuk di Kota Banjarmasin. Amanda Brownies sendiri adalah perusahaan yang bergerak di bidang bisnis kuliner berfokus pada kue, menawarkan produk unggulan yaitu kue brownies yang dikukus yang berasal dari kota Bandung. Pertama kali didirikan di Bandung, saat ini sudah eksis Ada outlet dan gerai di seluruh kota besar di Indonesia, salah satunya pun terletak di kota Banjarmasin.

Lokasi menjadi sebagai salah satu dari bauran pemasaran yang mempunyai peran yang penting dalam membantu perusahaan untuk memastikan produknya berada. Lokasi mempunyai tujuan yaitu menyediakan suatu produk ataupun jasa yang diinginkan atau dibutuhkan pembeli pada waktu dan tempat yang tepat. Memiliki lokasi yang strategis membuat pelanggan semakin puas dengan kepuasan pelanggan, dengan kepuasan pelanggan tersebut maka akan meningkat juga loyalitas pelanggan terhadap produk. (Sukesi, 2009, hlm. 28) Lokasi dari outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin strategis, terletak di tengah kota, mudah dijangkau dan berada dipusat keramaian. Sehingga memudahkan akses menuju outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin dan tempat parkir yang cukup luas.

Salah satu faktor utama yang menetapkan loyalitas pelanggan yaitu harga. Harga menjadi faktor yang cukup penting dalam hal menetapkan arah pemasaran yang dapat dialokasikan oleh sebuah perusahaan. Harga yaitu sebuah nilai yang diterangkan dalam bentuk rupiah berguna untuk pertukaran, transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. (Satriadi et al, 2021, hlm. 103) Memberikan kepuasan kepada pelanggan dapat

dicapai dengan harga produk yang terjangkau untuk pelanggan. Loyalitas pelanggan bisa terbentuk apabila pelanggan merasa puas, pada produk Amanda Brownies mengalami kenaikan harga beberapa kali.

Tabel 1.1 Daftar Harga

Nama produk	Harga
Brownies Original	Rp 40.000 – Rp 43.000 – Rp 45.000
Brownies Sarikaya Pandan	Rp 45.000 – Rp 48.000 – Rp 50.000
Brownies Cappucino Marble	Rp 48.000 – Rp 51.000 – Rp 53.000
Brownies Strawberry	Rp 45.000 – Rp 48.000 – Rp 50.000
Brownies Tiramisu	Rp 58.000 – Rp 61.000 – Rp 63.000
Brownies Pink Marbel	Rp 48.000 – Rp 51.000 – Rp 53.000
Brownies Choco Marbel	Rp 48.000 – Rp 51.000 – Rp 53.000
Brownies Banana Cheese	Rp 45.000 – Rp 48.000 – Rp 50.000
Brownies Blueberry	Rp 48.000 – Rp 51.000 – Rp 54.000
Brownies Green Tea	Rp 45.000 – Rp 48.000 – Rp 50.000
Brownies Tiramisu Marble	Rp 48.000 – Rp 51.000 – Rp 53.000
Brownies Cheese Cream	Rp 69.000 – Rp 73.000 – Rp 78.000
Brownies Bakar	Rp 42.000 – Rp 45.000 – Rp 47.000
Brownies Kering	Rp 40.000 – Rp 42.000
Bolu Pandan	Rp 38.000 – Rp 40.000
Brownies Ganache Choco	Rp 62.000 – Rp 66.000

Sumber: Outlet Resmi Amanda Brownies Kota Banjarmasin

Variasi menu yang disediakan oleh Amanda Brownies sering kali dijadikan sebagai strategi bersaing. Pemilik usaha tentu ingin mendapat pendapatan yang tinggi, sehingga mereka selalu berupaya untuk membuat konsumen tertarik membeli produk usahanya. Penyajian menu yang bervariasi salah satu bentuk upaya untuk menarik konsumen, karena setiap konsumen memiliki perbedaan selera. Amanda Brownies memiliki berbagai macam produk brownies seperti *brownies original*, *sarikaya pandan*, *cappuccino marble*, *strawberry*, *tiramisu*, *pink marble*, *choco marble*, *banana cheese*, *blueberry*, *green tea*, *tiramisu marble*, *cheese cream*, *bakar*, *kering ganache choco* dan *bolu pandan*.

Loyalitas pelanggan secara umum dipahami sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas pelanggan yakni manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Dengan demikian loyalitas pelanggan dapat diartikan bahwa konsumen melakukan pengulangan pembelian kembali untuk (produk) atau pengulangan kunjungan untuk (jasa layanan) yang didasari pada perasaan puas pada pengalaman sebelumnya setelah mengkonsumsi dan merasakan produk tersebut. (Hermanto, 2019, hlm. 26)

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul "Pengaruh Lokasi, Harga, dan Variasi Menu Terhadap Loyalitas Pelanggan Outlet Resmi Amanda Brownies Kota Banjarmasin

B. Rumusan Masalah

1. Apakah lokasi, harga, dan variasi menu, berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin?
2. Apakah lokasi, harga, dan variasi menu, berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, harga, dan variasi menu secara parsial terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, harga, dan variasi menu secara simultan terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Secara ringkas manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca mengenai loyalitas pelanggan khususnya yang berkaitan dengan lokasi, harga, dan variasi menu.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan sebagai referensi dalam menjaga loyalitas pelanggan sehingga dapat diperoleh kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional/batasan istilah perlu dilakukan untuk memperjelas dan membatasi judul penelitian. maka peneliti perlu memberikan pendekatan teoritis berupa definisi operasional sebagai berikut:

1. Lokasi adalah tempat usaha beroperasi atau tempat untuk melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan

segi ekonomi. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan terkait tempat operasi dan tempat staff nya yang akan ditempatkan. (Putra et al, 2021, hlm. 97) Jadi yang dimaksud lokasi dalam penelitian ini adalah lokasi dari outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.

2. Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. (Indrasari, 2019, hlm. 36) Harga dijadikan salah satu bagian yang sangat penting karena harga merupakan alat tukar dalam bertransaksi. (Almira, 2021, hlm. 232) Jadi yang dimaksud harga dalam penelitian ini adalah harga dari brownies yang dijual pada outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.
3. Variasi atau keberagaman ialah sebuah rupa yang berbeda ataupun bermacam-macam tergantung pada hasil interpretasi seseorang. Kata Variasi sudah tidak asing dalam perekonomian karena variasi menu termasuk sebagai strategi yang banyak digunakan dalam dunia usaha. Menu merupakan daftar makanan atau minuman yang tertera harga ditampilkan melalui kartu, kertas atau media lain untuk menarik dan memudahkan pelanggan. (Timo 2021, hlm. 9) Jadi yang dimaksud dengan variasi menu di dalam penelitian ini adalah variasi menu dari produk outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.
4. Loyalitas merupakan kepatuhan atau kesetiaan, loyalitas merupakan sesuatu yang emosional. (Budiharjo, 2019, hlm. 168) Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa sebagai akibat

dari kepuasannya menggunakan produk atau jasa tersebut, dimana pelanggan akan kembali membeli produk atau menggunakan jasa tersebut apabila merasakan kepuasan terhadap pembelian pertama. (Haryanto dan Sitio, 2020, hlm. 1) Definisi customer (pelanggan) berasal dari kata custom yang didefinisikan sebagai membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktekkan kebiasaan pelanggan adalah seorang yang menjadi terbiasa untuk membeli dari anda kebiasaan itu terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu. (Rifa'i, 2019, hlm. 51) Jadi yang dimaksud dengan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Arief Arrohman (1251010066)

Melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Fan Elektrik Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV. Cahaya Elektronik dan Furnitur, Sukabumi, Bandar Lampung)*" hasil penelitian ini diperoleh nilai t hitung masing-masing variabel yaitu harga 3,437 (X1), dan kualitas produk 0,939 (X2). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan didapat bahwa, harga (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kualitas produk (X2) tidak berpengaruh terhadap loyalitas

pelanggan dan F hitung sebesar $6,426 > F$ tabel sebesar $3,15$ yang berarti terdapat pengaruh simultan antara harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya koefisien determinasi R^2 dari kedua variabel tersebut adalah $17,4\%$. Hal ini berarti kedua variabel independen tersebut hanya mampu menjelaskan sebesar $17,4\%$ variasi dependen.

Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Dalam perspektif ekonomi islam, harga dan kualitas produk akan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan penetapan harga yang etis yang didasarkan pada kualitas produk yang baik sehingga menunjukkan kejujuran yang dapat menaikkan kepercayaan pelanggan dan pelanggan tidak tertipu sehingga keyakinan pelanggan menjadi lebih mantap, sebab hak-haknya terlindungi.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, sama-sama menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menambahkan variabel kualitas produk dan menggunakan simple random sampling sebagai metode sampel, sedangkan yang penulis teliti menambahkan variabel lokasi, variasi menu dan juga menggunakan accidental sampling sebagai penentuan sampel.

2. Naufal Nur Hilmi dan Mumuh Mulyana

Melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Periklanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan The Jungle Water Park Bogor*" Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh negatif secara tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan bahwa nilai t hitung $-1,185$ lebih kecil dari $1,96$ maka hipotesis satu ditolak. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima. Hal ini ditunjukkan dengan bahwa nilai t hitung $2,208$ lebih besar dari $1,96$ maka hipotesis 2 diterima berdasarkan penelitian ini.

Periklanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima. Hal ini ditunjukkan dengan bahwa t hitung $2,561$ lebih besar dari $1,96$ maka hipotesis 3 diterima berdasarkan penelitian ini. Periklanan menjadi faktor terkuat terhadap Loyalitas Pelanggan. Maka periklanan menjadi faktor determinan yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai lokasi dan loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menambahkan variabel Kualitas pelayanan dan periklanan, sedangkan yang penulis teliti menambahkan variabel harga dan variasi menu.

3. Muhammad Zulfikar Ariandi

Melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran*

Garuda Medan" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Pengaruh lokasi dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Restaurant Garuda Medan". Jenis data dalam penelitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen berjumlah 55 orang. Teknik pengambilan data berupa menyebarkan kuesioner kepada seluruh konsumen. Nilai t hitung diperoleh 2,345 dimana nilai t tabel pada α 5% yakni 2,120 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t hitung 2,345 $>$ t tabel 2,120. Nilai p -value pada kolom sig 0.023 $<$ 0.05 artinya signifikan.

Hal ini menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restaurant Garuda Medan. Nilai t hitung diperoleh 5,528 dimana nilai t tabel pada α 5% yakni 2,120 artinya positif. Dimana taraf signifikan α 5% nilai t hitung 5,528 $>$ t tabel 2,120. Nilai p -value pada kolom sig 0.000 $<$ 0.05 artinya signifikan. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restaurant Garuda Medan. Nilai F hitung $>$ F tabel diperoleh 45,223 $>$ 3.34 artinya positif. Sementara nilai p -value diperoleh pada kolom sig 0.000 $<$ 0.05 artinya signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Restaurant Garuda Medan. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, dapat dilihat nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,621. Angka tersebut menunjukkan

bahwa sebesar 62,1%. Loyalitas Pelanggan (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel faktor lokasi dan kepuasan pelanggan. Sisanya sebesar 37,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai lokasi, loyalitas pelanggan dan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menambahkan variabel kepuasan pelanggan, sedangkan yang penulis teliti menambahkan variabel harga dan variasi menu.

4. Arline Puspitasari

Melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa dan Lokasi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Kedai Kopi Yo, Jakarta Timur)*" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi menu, cita rasa dan lokasi penjualan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan pada kedai kopi Yo yang berada di Jakarta Timur. Loyalitas konsumen merupakan variabel dependen, sedangkan variasi menu, cita rasa dan lokasi penjualan sebagai variabel independen. Penelitian yang dilakukan menggunakan strategi asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara minimal dua variabel atau lebih dan mencari sebab dan akibat.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, dimana data diperoleh melalui

kuesioner dengan data yang dikumpulkan dari pernyataan dengan jumlah sampel sebanyak 92 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) Terdapat pengaruh signifikan variasi menu terhadap loyalitas konsumen; (2) Terdapat pengaruh signifikan cita rasa terhadap loyalitas konsumen; (3) Tidak terdapat pengaruh lokasi penjualan terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan terdapat pengaruh variasi menu, cita rasa dan lokasi penjualan terhadap loyalitas konsumen.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh variasi menu dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menambahkan variabel cita rasa dan menggunakan purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel, sedangkan yang penulis teliti menambahkan variabel harga, accidental sampling sebagai metode pengambilan sampel dan berbeda tempat penelitiannya.

5. Maulidia Adinda Pramesti dan Uswatun Chasanah

Melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi pada Pondok

Bakaran Giwangan Yogyakarta. Penelitian kuantitatif, data yang digunakan adalah data primer dan sekunder dengan sampel Konsumen yang sudah pernah membeli (minimal 1kali) menu makanan dan minuman Pondok Bakaran Giwangan Yogyakarta berjumlah 100 sampel.

Teknik pengambilan sampel purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Partial Least Square menggunakan aplikasi SmartPLS 3.3.3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ (2) Kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi $0,127 > 0,05$ (3) Harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,068 > 0,05$ (4) Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi $0,162 > 0,05$ (5) Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen $0,014 < 0,05$ (6) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi $0,127 > 0,05$ (7) kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen dengan nilai signifikansi $0,119 > 0,05$. Hasil perhitungan nilai R^2 kepuasan konsumen $0,238$ dan loyalitas konsumen $0,299$.

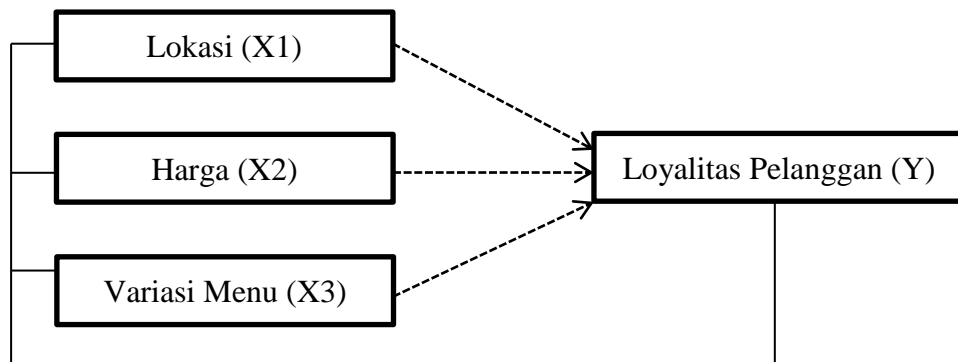
Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh variabel harga dan loyalitas

pelanggan. Sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menambahkan variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen.

G. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, peneliti mencoba melihat bagaimana pengaruh lokasi, harga, dan variasi menu terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies Kota Banjarmasin secara parsial maupun simultan. Dengan lokasi sebagai variabel X_1 , harga sebagai variabel X_2 , variasi menu sebagai variabel X_3 , dan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y . bentuk kerangka pemikiran tersebut dapat dikonsepsikan sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: data diolah penulis, 2023

Keterangan:

- > : Pengaruh secara parsial
 -----> : Pengaruh secara simultan

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas suatu permasalahan penelitian. (Ridhahani, 2020, hlm. 47) Ada dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Hipotesis Parsial

H_0 : Lokasi, harga dan variasi menu tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.

H_1 : Lokasi, harga dan variasi menu berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.

2. Hipotesis Simultan

H_0 : Lokasi, harga dan variasi menu tidak berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.

H_1 : Lokasi, harga dan variasi menu berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam proses membaca dan memberikan gambaran yang jelas tentang penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian yang akan dipakai sebagai dasar analisis, yakni teori tentang lokasi, harga, variasi menu serta teori loyalitas pelanggan.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini berisikan informasi yang menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, subjek dan objek, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, jenis dan sumber data serta teknik analisis data.

Bab IV merupakan analisis data dan hasil penelitian. Pada bab ini berisikan uraian tentang gambaran umum dari objek penelitian, penyajian data dan hasil dari jawaban-jawaban responden pada kuesioner serta laporan hasil penelitian dari analisis terhadap data-data yang diperoleh yang berhubungan dengan pengaruh lokasi, harga, variasi menu terhadap loyalitas pelanggan.

Bab V adalah penutup. Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran dari peneliti yang merupakan bagian terakhir dalam penelitian yang dijelaskan secara singkat.