

**PENGARUH HARGA VARIASI MENU DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN**

SKRIPSI

OLEH

JUBAIDAH



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2023 M/1444 H

**PENGARUH HARGA VARIASI MENU DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh:

JUBAIDAH

190105010532

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

BANJARMASIN

2023 M/1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : JUBAIDAH
NIM : 190105010532
Tempat/Tgl. Lahir : ASAM-ASAM, 14 APRIL 2001
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 1 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



JUBAIDAH

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Harga, Variasi Menu, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Ice Septia (Kis) Tamban.

Ditulis oleh : JUBAIDAH

N I M : 190105010532

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2022/2023

Tempat dan tanggal lahir : Asam-asam, 14 April 2001

Alamat : Ds.Tamban Baru Tengah Km.20, Kecamatan Tamban Catur, Kab.Kapuas Kuala, Prov.Kalimantan Tengah.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,

Banjarmasin, 1 Juni 2023
Pembimbing I

Rohana Faridah, S.E.,M.M
NIP. 19780427200912010

Fahrudin, S.AB.,M.E
NIP.196008201987031004

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban”, ditulis oleh Jubaidah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 13 Juli 2023

Dinyatakan LULUS dengan predikat: B+ (77,6)

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Sukarni, M.Ag.
NIP 196304171991021001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag. (Ketua)	1.
2. Yulia Hafizah, S.H.I., M.E.I. (Anggota)	2.
3. M. Rifqi Hidayat, S.H.I., M.Sy. (Anggota)	3.
4. Fahrudin, S.AB., M.E. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Jubaidah. 2023. *Pengaruh Harga, Variasi Menu, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Ice Septia (Kis) Tamban.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Fahrudin, S.AB.,M.E

Kata Kunci: Pengaruh, Harga, Variasi Menu, Kualitas Pelayanan. Loyalitas Pelanggan.

Kedai Ice Septia (KIS) Tamban adalah salah satu bisnis kafe yang sangat bersaing. Ini mendorong penelitian ini. Banyak kafe menawarkan berbagai macam ide untuk menarik pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Kedai Ice Septia (KIS) Tamban yang jumlah populasinya tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus unknown populations dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dan hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Variabel Harga, Variasi Menu, dan Kualitas pelayanan secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal itu menunjukkan bahwa semakin menarik harga yang ditawarkan Kedai Ice Septia (KIS) maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya. Kondisi serupa juga ditunjukkan oleh variabel variasi menu, dan variabel kualitas pelayanan juga menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas yang diberikan oleh karyawan Kedai Ice Septia (KIS) maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya.

MOTTO

Surat Ali Imran : ayat 139

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزِنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman.”(QS.Ali-Imran:139).

Surat Ath-Thalaq : ayat 2-3

فَإِذَا بَلَغْنَ أَجَلَهُنَّ فَأَمْسِكُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ أَوْ فَارِقُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ وَأَشْهِدُوا ذَوَى عَدْلٍ مِّنكُمْ وَأَقِيمُوا الشَّهَادَةَ لِلَّهِ ذَٰلِكُمْ يُوعَظُ بِهِ مَن كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَمَن يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا ۖ وَيَرْزُقْهُ مِن حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَن يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ ۗ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ﴿٢﴾

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.”(QS.ath-Thalaq:2-3).

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tidak lupa tercurahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk:

Mendiang kedua orang tua yaitu H.Arbain dan Hj.Sumarni tercinta, Kakak-kakakku tersayang yang sudah menjadi orang tua keduaku, yang sudah memberikan dukungan moril serta materi. Dan Seluruh Keluarga yang telah banyak berjasa untuk kelancaran kuliah dan skripsi saya. Selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus dan tiada ternilai besarnya terima kasih.

Saya ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing Bapak Fahrudin S.AB., M.E. Karena beliau sangat berjasa dalam membimbing serta mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini. Dan tak lupa saya ucapkan terima kasih banyak kepada dosen-dosen yang juga membimbing serta memudahkan penyelesaian skripsi ini. Serta saya ucapkan terima kasih kepada pemilik Kedai Ice Septia (KIS) Tamban dan para responden yang telah memberikan informasi terkait penelitian skripsi yang saya lakukan.

Terakhir kepada sahabat-sahabat tersayang Rahmadanti, S.E., Astuti, S.E., Aulia Rizkiah, S.E., Lutfia Tunnisa, S.E., Indri Nor Hidayani, S.Sos., Reza Jayadi, S.E., Ibnul Halim, S.E., dan Abdurrahman, S.E yang selalu mendukung, memberikan semangat, selalu membantu dan selalu mengingatkan serta mendorong untuk menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih banyak telah hadir memberikan warna warni dan pengalaman selama perkuliahan. Tak lupa teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Lokal B'19, terima kasih atas kebersamaan singkat (2019-2023) yang tidak akan terlupakan sampai kapanpun.

Semoga Allah selalu memudahkan segala urusan kita dan selalu melimpahkan segala keberkahan-Nya didunia dan akhirat kelak.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	ta'	T	te
ث	s'a'	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	h}a'	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	z'al	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	s}ad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad}	d	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	we
ه	ha'	H	ha
ء	Hamzah	`	apostrof
ي	ya'	Y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّرٌ	Ditulis	<i>mutakabbir</i>
الْقُدُوسِ	Ditulis	<i>al-qudu>s</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَةٌ	Ditulis	<i>ja>mi'ah</i>
مَكْتَبَةٌ	Ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المَكْتَبَةُ الْجَمِيلَةُ	Ditulis	<i>al-maktabah al-jami>lah</i>
---------------------------	---------	-----------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	fathah	ditulis	a
◌ِ	kasrah	ditulis	i
◌ُ	dammah	ditulis	u

شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	dammah	ditulis	yant}iqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif	ditulis	<i>a</i>
	كاملة	ditulis	<i>kamilah</i>
2	fathah + ya mati	ditulis	<i>a</i>
	صلى	ditulis	<i>salla</i>
3	kasrah + ya mati	ditulis	<i>i</i>
	شديد	ditulis	<i>syadid</i>
4	dammah + wawu mati	ditulis	<i>u</i>
	صدر	ditulis	<i>sudur</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati	ditulis	<i>ai</i>
	رويد	ditulis	<i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
	و فرعون ذي الأوتاد	ditulis	<i>wa fir'auna z\i al-autad</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خُلُقًا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitab</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	Ditulis	<i>as-subhu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sahirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-wa>lidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iz\ a asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Variasi Menu, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kedai Ice Septia (Kis) Tamban.”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, S.E., M.M., dan Bapak Qamaruddin selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Fahrudin,S.AB.,M.E., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 01 Juni 2023

Penulis,

JUBAIDAH

DAFTAR ISI

PENGARUH HARGA VARIASI MENU DAN KUALITAS	i
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN	i
PENGARUH HARGA VARIASI MENU DAN KUALITAS	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	ii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Operasional	7
F. Penelitian Terdahulu.....	9
G. Kerangka Pemikiran	14
H. Hipotesis Penelitian	15
I. Sistematika Penulisan	16
BAB II	18
PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOYALITAS PELANGGAN	18
1. Definisi Pengaruh	18
2. Definisi Harga.....	18
C. Definisi Variasi Menu	24

D. Definisi Kualitas Pelayanan	27
E. Definisi Loyalitas Pelanggan	33
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel.....	42
D. Data dan Sumber Data	43
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	45
F. Analisis Data.....	49
G. Teknik Analisis Data	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	56
A. Gambaran Umum Kedai Ice Septia (KIS)	56
1. Profil Kedai Ice Septia (KIS).....	56
2. Kegiatan Produksi Kedai Ice Septia (KIS)	57
3. Penyajian Data	57
4. Deskriptif Variabel Penelitian	64
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian	79
1. Uji Validitas.....	79
2. Uji Reliabilitas	80
3. Hasil Uji Asumsi Klasik	80
4. Hasil Uji Analisi Regresi Linear Berganda	84
5. Pembahasan	91
BAB V	100
PENUTUP	100
A. Simpulan.....	100
B. Saran-saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
Lampiran I: Kuesioner Penelitian	105

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 skala Likert.....	45
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	46
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur Responden	58
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4 5 Data Responden Berdasarkan	63
Tabel 4.6 Jawaban responden tentang daya beli Pelanggan	64
Tabel 4.7 Jawaban responden tentang kualitas produk yang didapatkan.....	65
Tabel 4.8 jawaban responden tentang tidak kalah saing dengan cafe lain.....	66
Tabel 4.9 Jawaban responden tentang Cita rasa.....	67
Tabel 4.10 Jawaban responden tentang jenis makanan dan minuman.....	68
Tabel 4.11 Jawaban responden tentang porsi makanan dan minuman	69
Tabel 4.12 Jawaban responden tentang pelayanan	70
Tabel 4.13 Jawaban responden tentang karyawan menguasai informasi.....	71
Tabel 4.14 Jawaban responden tentang apakah karyawan ramah dan sopan.....	72
Tabel 4.15 Jawaban responden tentang merasa puas	74
Tabel 4.16 Jawaban responden tentang kualitas pelayanan yang baik	75
Tabel 4.17 Jawaban responden tentang bersedia kembali	76
Tabel 4.18 Jawaban responden tentang bersedia mengajak rekannya	77
Tabel 4.19 Jawaban responden tentang Pelanggan merekomendasikan.....	78
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas.....	79

Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4.23 Hasil Uji Heterokedastisitas	84
Tabel 4.24 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4.25 Hasil analisis koefisien determinasi	88
Tabel 4.26 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	89
Tabel 4.27 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	81
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa saat ini ini, pertumbuhan bisnis terus menjadi menjamur baik di pasar dalam negeri (nasional), ataupun pasar internasional. Di Indonesia persaingan bisnis sangat membuka kesempatan serta tantangan untuk pelaku usaha. Kesempatan buat memperluas pasar produknya, serta tantangan buat bisa bersaing dengan industri yang bergerak di bidang yang sama. Perihal itu membuat industri wajib senantiasa berinovasi, menjajaki pertumbuhan era serta memastikan strategi pemasaran yang pas supaya ekspansi pasar produk untuk industri bisa terbentuk serta industri sanggup bersaing sehingga tujuan industri bisa dicapai.

Setiap industri pada dasarnya mau mencapai kesuksesan dalam melaksanakan usaha-usahanya. Dalam menggapai tujuan tersebut industri wajib bergerak salah satunya lewat pemasaran, ialah proses yang dalam orang serta kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta mau dengan menghasilkan penawaran, serta secara leluasa menukarkan produk yang bernilai dengan pihaklain. Pemasaran mempunyai peranan yang sangat berarti untuk industri dagang ataupun jasa. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan keorganisasian berupa keharusan agar perusahaan yang bersangkutan menjadi lebih efektif, dibandingkan dengan pihak pesaingnya dalam hal menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai untuk para

Pelanggan (cosumer value) pada dasar sarana yang telah dipilih (Winardi, 2004, hal.279). Dalam mempertahankan keunggulan, meningkatkan kualitas produk dan jasa dengan menggunakan strategi pemasaran yang menarik dan harga yang sesuai di mata Pelanggan adalah cara mempertahankan siklus hidup mereka. Selain itu untuk perusahaan dagang maupun jasa memperhatikan harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan yang bertujuan untuk menarik Pelanggan dan juga merupakan hal penting untuk mempertahankan siklus hidup usaha mereka. Perusahaan mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang terus guna mencapai kemajuan, melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan (Abdullah, 2014).

Firman Allah SWT dalam Surah Al-Jumu'ah Ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: " Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung ". (Q.S Al-Jumu'ah: 10).

Ayat di atas menunjukkan Allah SWT memerintahkan untuk menunaikan kewajiban kita sebagai manusia untuk beribadah dan bertebaranlah kita untuk mencari rezeki Allah dimuka bumi ini dan berlomba-lombalah untuk kebaikan. Ajaran islam apabila seperti gambaran dalam ayat di atas tentu akan sangat baik dalam mencari rezeki disetiap usaha seperti berdagang maupun berbisnis.

Setiap usaha pasti memerlukan manajemen agar usahanya lebih terkonsep. Dalam usaha yang penulis angkat memerlukan manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya

untuk mengedintifikasikan apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh Pelanggan, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan (Amirullah, 2015, hal. 10).

Kafe adalah tempat (bangunan) yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua Pelanggannya untuk makan maupun minum. Selain bertujuan bisnis atau mencari untung, kafe juga berusaha membuat puas para tamu dan hal ini merupakan tujuan operasi kafe yang utama (Tarigan, 2013, hal. 67). Bisnis kafe merupakan salah satu bisnis yang memiliki persaingan sangat ketat. Perkembangan bisnis kafe di Indonesia dan di kota-kota besar bahkan khususnya di pedesaan seperti di Tamban semakin berkembang dengan pesat. Banyak kafe-kafe dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk memikat Pelanggan baik dari kalangan muda maupun kalangan orang tua, dari segi ekonomi yang sedang sampai ekonomi menengah keatas. Perkembangan bisnis kafe membuat selera pelanggan yang senantiasa berubah dan juga semakin kuatnya persaingan menjadikan Pelanggan semakin selektif dalam melakukan pelanggan. Eksistensi kafe di Tamban telah menjadi pandangan sehari-hari khususnya bagi kalangan anak muda. Salah satu kafe di Tamban yang menarik perhatian penulis adalah Kedai Ice Septia (KIS), yang terletak di Ds. Karang Mekar km. 14 rt. 1, Kec.Mekarsari, Kab. Batola, Prov. Kalimantan Selatan.

Hal pertama yang menarik perhatian penulis adalah intensitas pengunjung yang datang setiap harinya selalu ramai terutama dihari weekend dan hari libur ini menyediakan tempat yang cukup luas dan nyaman, ada juga meja indoor dan outdoor. Kedai Ice Septia (KIS) ini bernuansa ramah lingkungan yang mana

pemilikinya memberikan hiasan tanaman bunga dan lain sebagainya di sekitaran lingkungan kedai tersebut. Kedai Ice Septia (KIS) ini buka dari jam 8 sampai jam 6 sore kecuali dibulan ramadhan buka dari jam 6 sore sampai jam 10 malam. Cocok dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas sekolah, bermain game, maupun sekedar tempat nongkrong bersama teman-teman, untuk makan bersama ataupun buka puasa bersama saat Ramadhan. Selanjutnya penulis tertarik pada variasi menu yang di berikan KIS ini sangat inovatif dan beragam, mereka selalu mengikuti trend makanan/minuman yang berkembang saat ini. Dari segi harga untuk makanan dan minuman cukup sesuai dengan porsi yang diberikan, dan cukup masuk di kantong anak sekolah, pegawai pemerintahan, dan masyarakat sekitar. Dalam menunjang usaha Kedai Ice Septia (KIS) owner nya sendiri mempekerjakan beberapa pegawai untuk membantu penyajian pesanan.

Dari uraian di atas peneliti tertarik mengambil variabel harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independent untuk di teliti, karena variabel berpotensi sangat mempengaruhi untuk menentukan Loyalitas Pelanggan yang mana Loyalitas Pelanggan juga bisa sangat dipengaruhi oleh ketiga variabel independen tersebut. Pengunjung akan melakukan Loyalitas Pelanggan bila harga terjangkau, variasi menu yang sangat inovatif, dan kualitas pelayanan yang baik. Namun, setiap pengunjung memiliki perilaku yang berbeda sehingga belum tentu faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi dalam membuat loyalitas dalam Pelanggan. Pengunjung bisa saja hanya dipengaruhi oleh satu variabel, dua variabel atau bahkan dipengaruhi oleh semua variabel tersebut. Oleh karena itu harus memiliki pengetahuan mengenai variabel apa saja yang menjadi

pertimbangan pengunjung dan juga mengetahui variabel mana yang paling dominan di antara ketiga variabel itu yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sehingga dapat membuat kebijakan dan strategi yang efektif.

Harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh usaha tersebut sangat berperan penting dalam Loyalitas Pelanggan dimana pengunjung membandingkan harga, variasi menu, dan dengan harapan mendapatkan pelayanan yang baik. Dari informasi yang didapat di atas tersebut maka penulis bermaksud meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengunjung untuk datang ke Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah tersebut dan dalam rangka meningkatkan pendapatan di Kedai Ice Septia (KIS), maka di perlukan penelitian tentang pengaruh harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan, dengan menggunakan teknik penelitian langsung atau wawancara. Penelitian ini akan mengambil sampel pada pengunjung yang berbelanja di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Jika dilihat dari variabel yang akan diteliti maka dalam penelitian ini, penulis memilih judul "Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) di Tamban.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS)?
2. Apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) secara simultan.
2. Untuk mengetahui apakah harga, variasi menu dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) secara parsial.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari segi teoritis: Bagi mahasiswa sebagai bahan untuk melakukan penelitian khususnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, juga memperkaya ilmu pengetahuan tentang perusahaan yang bergerak di industri kafe. Bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan

penulis dalam ilmu yang telah diberikan dalam kuliah, terutama pada bidang pemasaran, khususnya pada subjek yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan.

2. Dari segi praktis: Bagi perusahaan menjadi masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan serta menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan subjek yang diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan di Kedai Ice Septia (KIS). Dan bagi pihak lain penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, atau rujukan referensi untuk kegiatan penelitian yang lebih mendalam lainnya, khususnya untuk para akademisi, serta menambah wawasan bagi kalangan non akademisi.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pandangan agar fokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Loyalitas Pelanggan (Y) adalah dorongan perilaku untuk membangun kesetiaan Pelanggan dengan melakukan Pelanggan secara berulang-ulang terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Masanto, 2004, hlm. 128). Dalam penelitian ini, Loyalitas Pelanggan yang penulis maksud adalah kesetiaan Pelanggan yang bertahan dalam jangka waktu

yang cukup lama dan pada masa mendatang terus melakukan Pelanggannya di Kedai Ice Septia (KIS).

2. Harga (X_1), berarti jumlah uang yang harus dibayar oleh para Pelanggan untuk mendapatkan produk yang bersangkutan (Winardi, 2004, hal. 293). Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga makanan dan minuman yang dijual di Kedai Ice Septia (KIS).
3. Variasi Menu (X_2), Menciptakan suatu variasi pada produk akan menghasilkan keragaman pilihan bagi Pelanggan. Philip Kotler (2002:347) juga mengatakan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh Pelanggan yang dihasilkan oleh suatu produsen. Setiap Pelanggan memiliki selera makan yang berbeda-beda. Karena variasi menu merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Jika suatu café dan resto menyediakan menu yang beranekaragam, akan lebih memudahkan café untuk menarik Pelanggan. Indikator variasi menu menurut Philip Kolter (2015-139) adalah rasa, ukuran, kualitas produk, tampilan dan ketersediaan produk. Variasi menu yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keberagaman menu makanan dan minuman yang dijual di Kedai Ice Septia (KIS).
4. Kualitas Pelayanan (X_3), menurut Wijaya (2008:59) adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan eskpektasi pembeli (Ratnasari, 2006, hal. 5). Kualitas pelayanan yang

dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh sistem maupun karyawan Kedai Ice Septia (KIS).

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

1. Skripsi Ahmad Syaifullah (2020), dengan judul skripsi "Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di De'Kopi Arwana". Penelitian ini bertujuan agar mengetahui apakah variabel Harga, Lokasi, Store Atmosphere, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di De'Kopi Arwana berpengaruh secara simultan dan parsial. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu sama-sama meneliti Harga, dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen (X) dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen (Y) serta sama-sama menggunakan penelitian lapangan dengan metode pendekatan kuantitatif, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Akan tetapi yang membedakan adalah penelitian terdahulu variabel independen satunya menggunakan lokasi dan *store*

atmosphere sedangkan penelitian yang sedang penulis angkat variabel independen lainnya yaitu variasi menu. Hasil penelitian ini menyatakan secara simultan (bersama-sama) variabel harga, lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan di De'Kopi Arwana. Sedangkan secara parsial variabel harga, lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan di De'Kopi Arwana.

2. Skripsi Annisa Fitria (2018), dengan judul " Pengaruh Pelayanan Karyawan Dalam Menarik Minat Pelanggan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin ". Penelitian ini bertujuan agar mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Menarik Minat Pelanggan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin. Dan untuk mengetahui dimensi Pelayanan yang paling dominan mempengaruhi terhadap minat Pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research). Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya dimensi pelayanan meliputi reliability (X_1), responseveness (X_2), assurance (X_3), empathy (X_4), dan tangibles (X_5) berpengaruh secara simultan terhadap minat Pelanggan. Secara tiga variabel bebas yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap minat Pelanggan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin, yaitu variabel reliability (X_1), responseveness (X_2), assurance (X_3), empathy (X_4), dan tangibles (X_5). Dimensi pengaruh paling besar berpengaruh adalah variabel tangibles

(X₅). Penelitian ini memiliki persamaan dengan Penelitian yang penulis teliti yaitu sama sama meneliti tentang kualitas Pelayanan karyawan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini lebih menekankan pada minat pelanggan dalam berbelanja barang pada tersebut di RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin, sedangkan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu tentang Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).

3. Skripsi Adi Nugraha (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research). Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil menunjukkan berdasarkan uji koefisien determinasi bahwa variabel kualitas pelayanan yang memiliki signifikansi pengaruh sangat kuat terhadap loyalitas Pelanggan yang sesuai dengan perspektif islam. Penelitian ini memiliki persamaan dengan Penelitian yang penulis teliti yaitu sama sama meneliti tentang kualitas Pelayanan karyawan sebagai variabel independent (X). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini lebih menekankan pada minat pelanggan dalam berbelanja barang pada tersebut di pizza podang’s, sedangkan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu tentang Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) sebagai variabel dependen (Y).
4. Skripsi Andi Angriani (2018), dengan judul “Pengaruh Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Catering Ukhuwah di Makassar”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

pengaruh variasi menu, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan pada catering ukhuwah di makassar. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling, dengan jenis metode yang digunakan adalah sampling incidental. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel variasi menu dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan pada catering ukhuwah di makassar. Sedangkan secara parsial tidak semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Variabel variasi menu tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Penelitian ini memiliki persamaan dengan Penelitian yang penulis teliti yaitu sama sama meneliti tentang pengaruh variasi menu dan kualitas Pelayanan karyawan sebagai variabel independent (X). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah variabel harga sebagai variabel independent (X). Penelitian ini lebih menekankan pada keputusan pelanggan pada catering ukhuwah di makassar, sedangkan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu tentang Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) sebagai variabel dependen (Y).

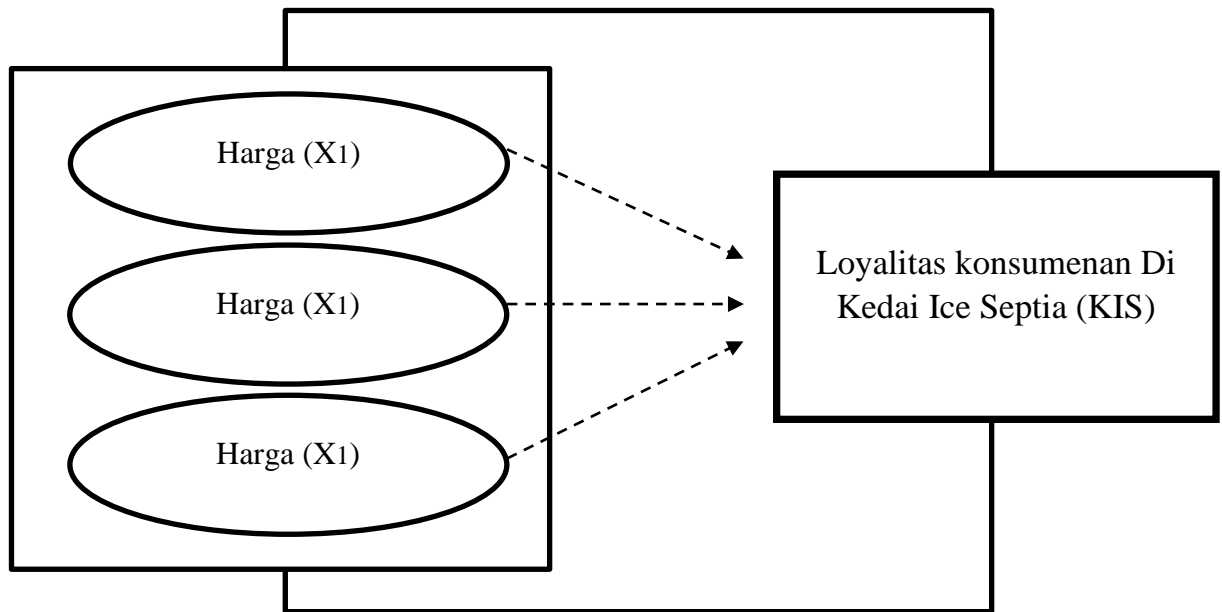
5. Skripsi Ridho Saputra (2020), dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Distro Label Store

Pekanbaru”. Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis dan mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan pada Label Store. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yakni penetapan sampel berdasarkan tujuan dan pertimbangan peneliti dan Pelanggan yang sudah pernah membeli Label Store Pekanbaru. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan pada Label Store Pekanbaru. Penelitian ini memiliki persamaan dengan Penelitian yang penulis teliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh harga dan kualitas Pelayanan karyawan sebagai variabel independent (X). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah variabel variasi menu sebagai variabel independent (X). Penelitian ini lebih menekankan pada keputusan pelanggan pada Distro Label Store Pekanbaru, sedangkan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu tentang Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) sebagai variabel dependen (Y).

G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hal tersebut di atas maka dibuatlah kerangka teori sebagai berikut

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

———— : Simultan

----- : Parsial

Dalam penelitian ini akan diketahui apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan kedai Ice Septia (KIS). Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan hipotesis tersebut akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Oleh sebab itu maka peneliti merumuskan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini baik secara parsial maupun secara simultan hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara Simultan

- a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).
- b. H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).

2. Secara Parsial

- a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).
- b. H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).

I. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini disajikan beberapa teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian, yakni teori pengaruh, harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan, serta Loyalitas Pelanggan.

Bab III Metode penelitian, dalam bab ini dibahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data serta teknik analisis data.

Bab IV Analisis Data dan Laporan Penelitian yang meliputi gambaran mengenai lokasi penelitian, penyajian data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab V Penutup yang meliputi kesimpulan dan saran

BAB II

PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOYALITAS PELANGGAN

1. Definisi Pengaruh

Pengertian Pengaruh Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2015:1045). Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya. Menurut surakhmad (2012:1), Pengaruh adalah kekuatan yang muncul darisesuatu benda atau orang dan juga gejala dalam yang dapat memberikan perubahan yang dapat membentuk kepercayaan atau perubahan. Dapat disimpulkan pengaruh merupakan suatu daya atau kekuatan yang dapat timbul dari sesuatu, baik itu watak, orang, benda, kepercayaan dan perbuatan seseorang yang dapat mempengaruhi lingkungan yang ada di sekitarnya.

2. Definisi Harga

a. Harga

Harga ialah nilai tukar, diartikan dengan uang maupun barang lain sehingga diperoleh manfaat sebuah barang bagi individu maupun kelompok

dalam rentang waktu dan tempat tertentu. Saat menetapkan harga biasanya dihitung biaya yang langsung ada hubungannya dengan barang ataupun jasa. (Sudaryono, 2016, hlm. 216).

Kotler dan Amstrong (2010) berpendapat, harga ialah nilai yang dibebankan pada sebuah barang ataupun jasa guna mencapai nilai tukar 25 Pelanggan terhadap manfaat yang berpengaruh pada pilihan pembeli. (Wahyurini & Trianasari, 2020, hlm. 42).

b. Penetapan Harga

Menetapkan harga dapat membuat atau membatalkan bisnis. Dimana jika harga tidak mampu memenuhi biaya produksi produk, maka terjadilah kerugian. Harga harus sesuai pada kemampuan pembeli, sehingga dia dapat membelinya.

c. Tujuan Penetapan Harga

Harga ialah perihal utama yang perlu diperhatikan saat penentuan harga produk, perusahaan harus mampu membuat keputusan terkait dengan tujuan yang ingin dicapai melalui penawaran suatu produk tertentu. Adapun tujuan yang dimaksud meliputi :

- 1) Memperoleh posisi pasar. Maksudnya menentukan harga yang cenderung murah sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan.
- 2) Memperoleh kinerja keuangan. Harga yang ditentukan guna mendorong tercapainya tujuan keuangan yakni keuntungan dan arus kas.

- 3) Penentu kedudukan produk. Terkait hal ini, harga sebagai salah satu cara dalam meningkatkan citra produk, melakukan promosi serta kegunaan produk, membangun kesadaran dan sebagainya.
- 4) Merangsang permintaan. Harga dianggap sebagai pendorong para pembeli guna mencoba produk tertentu.
- 5) Mempengaruhi persaingan. Harga berfungsi memengaruhi persaingan dengan mencegah saingan baru memasuki pasar.

d. Analisa Situasi Penetapan Harga

- 1) Kepekaan pasar produk terhadap harga.

Hal ini diamati dari elastisitas harga sebagai acuan berubahnya kuantitas yang diminta ketika perubahan harga dibagi persentase perubahan harga.

- 2) Penentuan biaya produk.

Analisis biaya diperlukan langkah berikut :

- a) Penentuan anggaran biaya. Hal ini pertama kali untuk menganalisis yakni strategi anggaran pembuatan produk.
- b) Analisis kaitan antara biaya dan volume. Dapat dilihat dari jumlah biaya dan volume yang diperoleh.
- c) Keunggulan bersaing. Dimana pesaing merupakan kunci dalam kategori anggaran produk.
- d) perkiraan dari pengalaman atau biaya. Menyatakan bahwa dana dan harga sebuah barang cenderung menurun disaat kuantitas produksi ditingkatkan.

e) Penentuan kendali dana. Mempertimbangkan ruang lingkup kepunyaan dan pengembangan, daya tawar menawar dengan produsen, inovasi dan sebagainya.

3) Analisis persaingan

Strategi penetapan harga pesaing butuh evaluasi guna menentukan perusahaan mana menjadi pesaing, bagaimana produsen tersebut bersaing pada harga yang relatif dan seberapa jauh harga dipakai sebagai strategi pemasaran.

4) Persaingan terhadap hambatan hukum dan etika Situasi menetapkan harga yang terkait dengan hukum dan etika, kemungkinan berpengaruh dalam memilih strategi harga.

e. Penentuan Penetapan Harga

Metode penentuan harga yakni:

- 1) Menentukan harga mark-up. Merupakan harga dasar ialah menambahkan standar pada biaya produk.
- 2) Menetapkan harga standar berdasarkan tujuan pengembalian. Yakni menghasilkan tingkat pengembalian terhadap investasi yang dilakukan.
- 3) Menetapkan harga dari nilai yang dipersepsikan. Metode ini melihat dari persepsi Pelanggan sebagai kunci dari penetapan harga.
- 4) Menetapkan harga nilai. Yakni penetapan harga rendah guna penawaran dengan kualitas besar.

- 5) Menetapkan harga berdasarkan harga berlaku. Pada langkah ini sebuah produsen kurang menganggar dana dan permintaan melainkan dari harga terutama harga saingan.
- 6) Menetapkan harga tertutup. Yakni perusahaan menentukan harganya berdasarkan perkiraan mengenai bagaimana saingannya menetapkan harga. (Putri, 2017, hal. 103-108)

f. Dimensi Harga

Sebagaimana dikutip oleh Aries Andi, menurut Kotler dan Amstrong ada tiga indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga Yaitu harga yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh Pelanggan atau pasar sarannya.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa Yaitu harga yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas produk atau jasa tersebut, biasanya semakin baik kualitas jasa atau produk maka harga yang ditawarkan akan semakin tinggi.
3. Daya saing harga Perusahaan menawarkan harga pada Pelanggan atau pasar sasaran yang mampu bersaing dengan harga pesaingnya.
(Nurchahyo, 2019, hal. 41)

g. Harga Menurut Islam

Menurut Rachmat Syafei, harga hanya pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai

barang. Biasanya, harga dijadikan penukar barang yang diridhoi oleh kedua pihak yang akad.

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa di mana kesepakatan tersebut diridhoi oleh kedua belah pihak.

Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. Menurut Ibnu Taimiyah “penentuan harga mempunyai dua bentuk ada yang boleh dan ada yang haram. Ta’sir ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan. (Nurcahyo, 2019, hal. 42)

Jadi keadaan rela sama rela dan tanpa ada paksaan dari salah satu pihak. Akan membuat transaksi jual beli berjalan dengan lancar. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt Q.S An-Nisa ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya ; Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Dalam surah ini menjelaskan bahwa larangan mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil kecuali perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama

suka, artinya transaksi jual beli terjadi apabila harga yang ditetapkan memiliki kecocokan antara penjual dan pembeli dan larangan untuk bunuh diri.

C. Definisi Variasi Menu

1. Pengertian Variasi Menu

Variasi atau keberagaman adalah sebuah rupa (bentuk) yang berbeda ataupun bermacam – macam tergantung pada hasil interpretasi seseorang. Kata Variasi sudah tidak asing dalam perekonomian karena ini merupakan salah satu strategi yang banyak digunakan dalam dunia usaha. Sedangkan menurut (Rosalin & Soetanto, 2006:58) menu adalah daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. Menu juga dapat dijadikan basis pelanggan dalam membuat pilihan makanan, menu yang dibuat dengan baik dapat mengarahkan perhatian pelanggan pada barang yang dijual lebih banyak (Ozdemir & Caliskan, 2014:4). Jadi daftar makanan tersebut ditampilkan untuk menarik minat pembeli akan makanan yang akan dihidangkan. Dalam perkembangannya daftar menu ini dilengkapi oleh gambar-gambar makanan yang disediakan oleh tempat tersebut, sehingga pembeli akan lebih tertarik lagi oleh apa yang terdapat pada daftar menu tersebut. Variasi menu biasanya digunakan seorang pemilik usaha untuk menarik Pelanggan dengan memanfaatkan fleksibilitas menu dalam persaingan antar pengusaha lain. Strategi ini juga digunakan untuk mendapatkan kesetiaan Pelanggan, karena dengan adanya variasi menu membuat Pelanggan puas dan

sukar untuk berpindah ke tempat makan atau usaha lain karena semua yang mereka butuhkan telah disediakan ditempat yang sama. Hal inilah yang kemudian akan meningkatkan rata – rata jumlah penjualan yang kemudian berpengaruh terhadap pendapatan (omzet) yang diterima pengusaha. (Santoso, 2019, hal. 10-11)

Variasi menu merupakan varian makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner, yang memudahkan pembeli dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan. Variasi menu juga dibedakan berdasarkan resep masakan, cara pengolahan, bahan makanan, sampai dengan jenis makanan dalam suatu hidangan. Variasi menu biasanya digunakan seorang pemilik usaha untuk menarik pembeli dengan memanfaatkan fleksibilitas menu dalam persaingan antar pengusaha lain. Strategi ini digunakan untuk mendapatkan kesetiaan pembeli, karena dengan adanya variasi menu membuat pembeli puas dan sukar untuk berpindah ke tempat makan atau usaha lain karena semua yang mereka butuhkan telah disediakan ditempat yang sama. Hal inilah yang kemudian akan meningkatkan rata – rata jumlah penjualan yang kemudian berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima pengusaha. Dalam keberhasilan usaha, menu memiliki peran penting yang menjelaskan bahwa arti menu memiliki tiga arti, yaitu:

- a. Menu merupakan kumpulan makanan.
- b. Sebagai pilihan hidangan yang disediakan.
- c. Hidangan yang disediakan pada waktu khusus, seperti waktu makan pagi, siang, dan makan malam. (Santoso, 2019, hal. 30-31).

Varian Menu adalah susunan golongan makanan yang terdapat dalam suatu hidangan yang berbeda pada tiap kali penyajian. Varian Menu makanan Indonesia umumnya tidak serumit makanan menu Eropa. Adapun indikator dari variasi menu menurut Kotler (2010) dalam (Angriani, 2018, hal. 25) adalah :

1. Rasa, yang merupakan tanggapan indra terhadap rangsangan saraf, seperti manis, pahit, dan asam.
2. Aroma, merupakan rekasi dari makanan yang akan mempengaruhi Pelanggan.
3. Bentuk, berupa cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

Variasi menu makanan Indonesia umumnya menurut John H.I dan Maria J.T (2011) indikator tentang variasi makanan sebagai berikut:

1. Jenis pilihan menu makanan dan minuman
2. Rasa makanan dan minuman
3. Ukuran porsi makanan dan minuman. (Angriani, 2018, hal. 10)

2. Makanan dan Minuman Menurut Pandangan Islam

Islam adalah sebuah agama yang paling sempurna, dalam agama Islam mengajarkan kepada pengikutnya untuk memahami hal-hal yang berhubungan dengan dunia dan yang berhubungan dengan akhirat secara mendalam. Islam mengatur Hubungan dari hamba dan tuhan, hubungan manusia dengan manusia lain memiliki jalur yang tidak terbatas. Segala urusan, dalam agama

islam akan diatur dengan baik, begitupun juga dengan urusan makan dan minum, bahwa makanan dan minuman harus didapat dengan cara yang halal, bahannya pun juga demikian, karena akan menimbulkan kesehatan bagi orang yang memakan. Sebagaimana Firman Allah pada surat Al-Baqarah ayat 168 :

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah

D. Definisi Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas

Kualitas adalah sebuah keadaan dan juga kondisi yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dianggap sesuai dengan apa yang diharapkan atau melebihi dari apa yang diharapkan oleh para pelanggan. Kualitas merupakan berbagai aspek yang ada pada sebuah produk yang mempunyai pengaruh untuk membuat pelanggan merasa puas. Kualitas mempunyai konsep yang berubah-ubah, sesuai dengan pandangan yang dipakai dalam melihat ciri-ciri yang muncul.

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan (Service) merupakan seluruh tindakan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, pemberian pelayanan merupakan sebuah hak

yang tidak mempunyai bentuk yang nyata dan tidak adanya sebuah hak yang bisa menimbulkan kepemilikan terhadap sesuatu. Dalam praktiknya bisa berhubungan atau tidak bisa dihubungkan dengan sebuah produk yang mempunyai fisik.

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Sebagaimana yang dikutip Aries Andi, menurut Lovelock, kualitas pelayanan adalah prespektif Pelanggan dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan perusahaan yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan (expected service). (Nurchahyo, 2019, hal. 51)

4. Dimensi kualitas pelayanan

Sebagaimana dikutip oleh Aries Andi, menurut Kang, James & Alexandris memodifikasi SERQUAL untuk mengukur kualitas layanan internal. Riset mereka terhadap 120 karyawan administratif di sebuah Universitas di Seoul (Korea Selatan) menyimpulkan bahwa kelima dimensi SERQUAL (reabilitas, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap) dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan internal.

a. Bukti fisik (tangibles).

Bukti fisik (tangible) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir,

kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih suatu produk/jasa.

b. Reliability (Kehandalan)

Reliability (Kehandalan) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/ jasa yang handal. Produk atau jasa jangan sampai mengalami kerusakan /kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut harus selalu baik.

c. Daya tanggap (*responsiveness*).

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para Pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan. Para anggota perusahaan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang di

perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

d. Jaminan (assurance).

Jaminan (assurance) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing.

e. Empati (empathy).

Empati (empathy) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para Pelanggan. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon maupun bertemu langsung. (Malau, 2017, hal. 67)

5. Kualitas Layanan Menurut Islam Konsep

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas bagi orang lain. Adapun kualitas layanan dalam pandangan Islam yaitu:

- a. *Tangibles* (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak

menunjukkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat At-Takatsur ayat 1-5, yaitu:

أَلْهَنكُمْ التَّكَاثُرُ ① حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ② كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ③ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ④
 ⑤ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ⑥

Artinya : (1) Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, (2) sampai kamu masuk ke dalam kubur, (3) Sekali-kali tidak, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), (4) Kemudian sekali-kali tidak, kelak kamu akan mengetahui, (5) Sekali-kali tidak, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.

- b. Reliability (Kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan Pelanggan terhadap perusahaan. Allah Swt juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ۚ

Artinya : Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

c. Responsiveness (Daya Tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada Pelanggan. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang karyawan yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara cepat. Demikian juga Allah SWT telah mengingatkan kita tentang profesional dalam pekerjaan ,dalam Surah Al-Insyirah ayat 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya: Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.

d. Assurance (Jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan,santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap Pelanggan. Assurance ini akan meingkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat Pelanggan merasakan kepuasan dan menjadi loyal terhadap perusahaan penyedia layanan. Berkenaan hal ini, Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِن حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila

engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.

- e. Empathy (empati) berkenaan dengan kemauan karyawan untuk peduli dan memberi perhatian secara individual kepada Pelanggan. Sikap empati karyawan ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan Pelanggan, melayani transaksi Pelanggan dengan senang hati, membantu Pelanggan ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi, kesediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif Pelanggan terhadap layanan perusahaan. hal ini yang akan meningkatkan kesukaan, kepuasan Pelanggan dan meningkatkan loyalitas Pelanggan. Allah SWT berfirman dalam surah An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ

لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

E. Definisi Loyalitas Pelanggan

1. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Sebagaimana dikutip oleh Gita Oktaviani, menurut Tjiptono (2012, hal. 80), loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pelanggan

berulang. Keduanya berhubungan namun memiliki perbedaan dalam konteks merek yang mana loyalitas mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, sedangkan perilaku pelanggan ulang semata-mata menyangkut pelanggan merek tertentu yang secara berulang kali. Hasan (2008, hal. 83), mengemukakan loyalitas pelanggan yaitu orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang. Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau menulang pola preferensi produk atau layanan dimasa yang akan datang, yang menyebabkan pelanggan berulang merek yang sama. Loyalitas pelanggan adalah situasi dimana pelanggan bersifat positif terhadap produk/jasa dan disertai pola pelanggan berulang yang konsisten. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, dalam untuk meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Loyalitas pelanggan berdasarkan instrument yang dikembangkan oleh Griffin (2003, hal. 5), meliputi pelanggan berulang, membeli antar produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. (Oktaviani, 2019, hal. 25-26)

2. Indikator Loyalitas Pelanggan

Sebagaimana yang dikutip Aries Andi, menurut Fandy Tjiptono, loyalitas Pelanggan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

a. Melakukan Pembelian Berulang

Pelanggan ulang dapat merupakan hasil dominasi pasar oleh suatu perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternative yang tersedia. Namun selain itu pelanggan ulang dapat pula merupakan hasil dari upaya promosi yang terusmenerus dalam rangka memikat dan membujuk Pelanggan untuk membeli kembali merek atau produk yang sama.

b. Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan

Rasa percaya yang mendalam adalah indikator loyalitas pelanggan yang terbentuk dari beberapa pengalaman bersama produk/*brand*. Mereka percaya pada kualitas bisnis dan produk yang telah digunakan selama ini. Kepercayaan mendorong pelanggan untuk tidak beralih ke bisnis lain. Kepercayaan juga berarti bahwa mereka tidak akan pergi dengan mudah ketika Anda melakukan beberapa kesalahan.

c. Penolakan terhadap produk bersaing (kesetiaan)

Pelanggan yang setia terhadap suatu produk atau perusahaan tertentu cenderung terikat pada merek atau perusahaan tersebut dan akan kembali.

d. Harga Bukan Lagi Prioritas Terpenting

Pelanggan yang loyal terhadap sebuah produk/*brand* tertentu adalah keyakinannya atas kualitas produk. Karena pelanggan loyal sudah yakin dengan kualitas produk, sehingga harga bukan lagi prioritas terpenting dalam mendorong keputusan pembelian. Pelanggan dapat membeli produk premium lebih banyak dari pelanggan yang lain.

e. Menyukai Citra Perusahaan

Setelah menyukai produk tertentu dari sebuah *brand*, konsumen akan tergerak untuk mencari tahu lebih lanjut tentang pilihannya dan menyukai citranya secara keseluruhan, tidak hanya menyukai produk yang digunakan saja. Pada akhirnya produk akan memiliki tempat istimewa di hati konsumen. Hal ini juga menjadi bentuk loyalitas pelanggan.

f. Memberikan Respon Positif terhadap *Brand/Produk*

Pelanggan setia tidak hanya melakukan pembelian dari Anda, mereka juga ingin terlibat dengan Anda. Mereka akan dengan senang hati memberikan umpan balik mereka dalam survei pelanggan, berpartisipasi dalam kampanye promosi yang sedang berlangsung, dan terlibat dengan program komunikasi *brand* melalui cara lain.

g. Memberikan referensi kepada orang lain

Pelanggan yang loyal sangat potensial untuk menyebarkan atau menjadi *word of mouth advertiser* bagi perusahaan. (Nurchahyo, 2019, hal. 22-23)

3. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana yang dikutip oleh Ratih, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Melakukan pelanggan secara teratur (*regular repeat purchases*).

- 2) Membeli diluar lini produk/jasa (purchases across product and service lines).
- 3) Merekomendasikan produk lain (refers other).
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (demonstrate an immunity to the full of the competition). (Hurriyanti, 2015, hal. 130)

4. Manfaat Loyalitas

Kunci keunggulan bersaing secara sehat dalam situasi pasar yang penuh persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan.

Sebagaimana dikutip oleh Aries Andi yang mengungkapkan keuntungankeuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain :

- a. Dapat mengurangi biaya pemasaran, iklan dan bentuk-bentuk promosi yang dikeluarkan dalam jumlah besar belum tentu dapat menarik pelanggan atau nasabah baru karena tidak gampang membentuk sikap positif terhadap merek.
- b. Dapat mengurangi biaya transaksi.
- c. Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
- d. Mendorong word of mouth yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.

- e. Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya penggantian, dll).
(Hasan, 2010, hal. 103)

5. Loyalitas Pelanggan Menurut Islam

Loyalitas Pelanggan merupakan Pelanggan yang merasa puas terhadap produk atau jasa yang diperoleh dan akan membeli ulang produk tersebut sejak pelanggan pertama. Bila setelah mencoba responnya baik, maka berarti Pelanggan tersebut puas sehingga akan memutuskan membeli produk tersebut secara berulang sepanjang waktu. Ini berarti telah tercipta kesetiaan terhadap produk tersebut.

Menurut Islam, produk Pelanggan adalah berdayaguna, materi yang dapat di konsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna yang menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi Pelanggan. Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, dan jaminan. Kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan. Pelayanan pada pelanggan yang memang diinginkan oleh para pelanggannya. Rasulullah Saw memberikan pelayanan yang terbaik, meskipun kadangkala pelanggannya berbuat kasar. Pelayanan yang dilakukan Rasulullah Saw lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan, meliputi berpenampilan menawan, memahami keinginan pelanggan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, mendapatkan kepercayaan berkomunikasi, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan. (Nurcahyo, 2019, hal. 26-27)

Dalam islam loyalitas Pelanggan seperti yang di contohkan Rasulullah dalam perilaku berdagang beliau dengan memberikan pelayanan terbaik, pelayanan yang dilakukan Rasulullah Saw lebih mengutamakan perilaku terhadap Pelanggan. Seperti yang terdapat dalam firman Allah Qs. An-Nisa: 29.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat ini menerangkan bahwa dalam hubungan jual beli harus terjalin dengan didasarkan saling ridha, suka sama suka, hubungan yang harmonis, dan tidak ada unsur yang merugikan salah satu pihak.

Kebanyakan Pelanggan suka akan adanya interaksi positif dari penjual seperti kenyamanan, keramahan dan kesopanan yang membuat para Pelanggan akan merasa puas dan nyaman akan pelayanan yang diberikan sehingga dapat memberikan pengalaman baik yang akan membuat Pelanggan melakukan pelanggan ulang dan menjadi loyal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. (Syahrudin, dkk: 2012). Metode Kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Tamban km. 14 rt. 1, Kecamatan Mekar Sari, Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan, kode pos 70568. Peneliti tertarik mengambil salah satu toko di tempat tersebut untuk mengetahui apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Adapun alasan yang mendasari peneliti mengambil lokasi penelitian di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban karena lokasi tersebut sesuai dengan penelitian yang sedang diteliti, dan belum pernah dilakukan penelitian di lokasi tersebut, sehingga lokasi tersebut cocok untuk menjawab permasalahan yang diteliti, serta peneliti memiliki kemudahan untuk mendapatkan informasi dari lokasi penelitian yang dipilih.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh objek yang menjadi target pengamatan atau penelitian (Nursiyono & Wahyuningtyas, 2017, hal. 45). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan berulang-ulang dari Pelanggan ke Kedai Ice Septia (KIS). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2017, hal. 62).

Untuk menentukan sampel dari populasi digunakan perhitungan maupun acuan yang dikembangkan para ahli. Roscoe dalam buku *Research Methods Business* (1982: 253) memberikan saran-saran ukuran sampel untuk penelitian, salah satunya ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 (sugiyono, 2015, hal. 131). Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan menggunakan rumus unknown populations Sugiyono (2016 85) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

z = Tingkat Standar Normal (1,96)

p = Estimasi Proporsi Populasi

$q = 1-p$

d = Internal/Penyimpangan

Dengan rumus diatas besarnya sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Adanya perhitungan di atas jumlah sample yang akan diteliti adalah sebesar 96,04 responden. Untuk mendapatkan hasil yang baik, maka sampel yang diambil dikenakan menjadi 100 responden. Dari hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang dijadikan sumber data yaitu 100 responden yang pernah melakukan Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS). Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah sample random sampling yaitu cara pengambilan sampel dimana setiap unsur yang membentuk populasi diberi kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel, dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan start yang ada dalam populasi itu.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Pada dasarnya data merupakan alat bagi pengambil loyalitas sebagai dasar pembuatan loyalitas-loyalitas atau pemecahan masalah (J.Supranto : 2003).

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya (Suryabrata, 2010, hal. 39). Dengan cara membagikan kuesioner kepada responden terkait penelitian. Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi: nama, jenis kelamin, dan beberapa besar informan mengetahui tentang harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan di Kedai Ice Septia (KIS) dalam mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pelanggan.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis (Sujareni, 2019, hal 84). Data tambahan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah profil dan Kegiatan Produksi Kedai Ice Septia (KIS).

2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Responden

Responden berasal dari kata “respon” atau penanggap, yaitu orang yang menanggapi (Aslamiah, 2012, hal 47). Dalam penelitian ini, responden adalah para Pelanggan (pelanggan) yang diminta memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Keterangan tersebut dapat disampaikan dalam bentuk tulisan atau pilihan, yaitu ketika mengisi angket.

b. Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu semua foto-foto, catatan ataupun arsip yang memuat data-data atau informasi yang mendukung dalam penelitian ini.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan serangkaian pertanyaan tertulis yang diajukan peneliti kepada para responden untuk mendapatkan jawaban yang tertulis (Bahruddin, 2014, hal. 49). Angket yang diberikan berisi pernyataan terkait dengan hal-hal yang dibutuhkan dalam penelitian dan diberikan lima alternatif pilihan jawaban dalam bentuk skala Likert. Kelima alternatif jawaban dapat dipilih pada tabel berikut :

Tabel 3 1 skala Likert

Kreteria jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4

Sangat Setuju (SS)	5
--------------------	---

2. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini merupakan pengambilan gambar atau data yang didapatkan dari Kedai septia (KIS) Tamban tepatnya di Desa Karang Mekar km. 14 rt. 1, Kecamatan Mekarsari, Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan kode pos 70568.

Instumen kuesioner ini dikembangkan dari variabel penelitian, baik variabel independen maupun variabel dependen sebagaimana dijelaskan di tabel berikut:

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X_1)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga	1. Harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sangat terjangkau dan sesuai daya beli pelanggan. 2. Harga yang	Skala Likert

		<p>ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.</p> <p>3. Harga setiap makanan dan minuman yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) tidak kalah saing dengan café lain.</p>	
<p>Variasi Menu (X_2)</p>	<p>1. Cita Rasa</p> <p>2. Jenis Makanan</p> <p>3. Porsi Makanan</p>	<p>1. Cita rasa yang disajikan sangat memuaskan Pelanggan.</p> <p>2. Jenis makanan dan minuman sesuai keinginan</p>	<p>Skala Likert</p>

		<p>Pelanggan.</p> <p>3. Porsi makanan dan minuman yang disajikan memuaskan konsumen.</p>	
<p>Kualitas Pelayanan (X₃)</p>	<p>1. Daya tanggap (responsiveness)</p> <p>2. Empati (empathy)</p> <p>3. Bukti fisik (tangibles)</p>	<p>1. Memberikan pelayanan dengan cepat tanggap.</p> <p>2. Menguasai informasi terkait produk yang dijualnya.</p> <p>3. Melakukan pelayanan dengan ramah dan sopan.</p>	<p>Skala Likert</p>
<p>Loyalitas Pelanggan (Y)</p>	<p>1. Kepuasan</p> <p>2. Kualitas layanan</p> <p>3. Loyalitas Pelanggan</p> <p>4. Loyalitas Pelanggan</p>	<p>1. Merasa puas setelah mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.</p> <p>2. Kedai Ice Septia</p>	<p>Skala Likert</p>

	5. Promosi	<p>(KIS) Tamban memberikan kualitas layanan yang baik.</p> <p>3. Bersedia kembali untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.</p> <p>4. Bersedia mengajak rekannya untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.</p> <p>5. Apakah Pelanggan merekomendasikan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban kepada masyarakat sekitar rumahnya.</p>	
--	------------	--	--

F. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu butir pertanyaan. Skala butir pertanyaan disebut valid, jika melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasilnya dapat dilihat melalui hasil r -hitung yang dibandingkan dengan r -tabel, dimana r -tabel dapat diperoleh dari df (degree of freedom) = $n-2$ dengan sig (signifikan) 5%. Jika r -tabel < r -hitung maka butir pertanyaan tersebut valid sedangkan jika r -tabel > r -hitung maka butir pertanyaan tidak valid (Sujarweni, 2015, hal. 192).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak dapat bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Rumus yang sering digunakan untuk uji reliabilitas adalah alpha Cronbach, Spearman Brown, Kristoff, Angoff, dan Rullon. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (6%) maka dinyatakan reliabel, sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 (6%) maka dinyatakan tidak reliable.

Uji reliabilitas ini menggunakan metode cronbach alpha yaitu memberikan nilai koefisien korelasi setiap butir pertanyaan dengan pertanyaan total. Rumus cronbach alpha adalah sebagai berikut.

$$A = \frac{kr}{1+(k-1)}$$

Keterangan:

α = Koefisien korelasi antara x dan y

k = Jumlah butir pertanyaan

r = Rata-rata korelasi antar teman

Jika rhitung lebih dari (>) rtabel pada taraf signifikan 5% berarti item (butir soal) reliabel dan sebaliknya bila rhitung kurang dari (<) rtabel pada taraf signifikan 5% maka butir soal tersebut tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas dari asumsi klasik (Sujarweni, 2015, hal. 181). Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, Uji Autokolerasi, dan Uji Heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi

yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas dan yang dilakukan untuk mengetahui pada model regresi atau oleh pengamatan variasi, untuk melakukan tidak terjadinya homokedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri.

G. Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis statistik dengan dibantu software SPSS 24 For Windows.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian Hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda, yakni teknik analisis yang digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel yang diamati. Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Di mana:

Y : Loyalitas Pelanggan Kedai Ice Septia (KIS)

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi linier dari variabel X1, yaitu Harga Kedai Ice Septia (KIS)

β_2 : Koefisien regresi linier dari variabel X2, yaitu Variasi Menu Kedai Ice Septia (KIS)

β_3 : Koefisien regresi linier dari variabel X3, yaitu Kualitas Pelayanan Kedai Ice Septia (KIS).

X1 : Harga Kedai Ice Septia (KIS)

X2 : Variasi Menu Kedai Ice Septia (KIS)

X3 : Kualitas pelayanan Kedai Ice Septia (KIS)

a. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel independent dengan variabel dependent dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis yang meliputi: koefisien determinasi (Adjusted R²), uji F (uji simultan) dan uji T (uji parsial).

Koefisien Determinasi (Adjusted R²). Koefisien determinasi (goodness of fit) yang dinotasikan dengan R² merupakan ikhtisar yang menyatakan bahwa seberapa baik garis regresi sampel mencocokkan data. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R² berkisar antara 0 sampai 1, bila R² = 0 berarti tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan apabila nilai R² = 1 maka ada hubungan antara variasi Y dan X atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan (Sarwono, 2009, hal. 300).

b. Uji F (Uji Simultan).

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependent. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05, maka hipotesis diterima.

Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak.

Berdasarkan nilai Fhitung dan Ftabel yaitu :

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara simultan variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.

Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara simultan variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

c. Uji T (Uji Signifikan Parsial).

Uji T digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independent secara individu (parsial) dalam menjelaskan perilaku variabel dependent. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan dan penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05, maka hipotesis diterima.

Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak.

Berdasarkan nilai T_{hitung} dan T_{tabel} yaitu:

Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tersebut.

Jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel tersebut

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kedai Ice Septia (KIS)

1. Profil Kedai Ice Septia (KIS)

Kedai Ice Septia (KIS) Tamban berdiri sejak 25 Mei 2017 (28 Sya'ban 1438 H) tepatnya mendekati awal bulan Ramadhan di Desa Tamban km. 14 rt. 1, Kecamatan Mekar Sari, Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan, kode pos 70568. Awal mula berdirinya usaha Kedai Ice Septia (KIS) ini hanya menjual minuman es blender. Seiring berjalannya waktu Kedai Ice Septia (KIS) mulai menambah variasi dan berinovasi sesuai saran dari Pelanggan pada penjualannya seperti cemilan ringan sampai makanan berat.

Kedai Ice Septia (KIS) didirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang bernama Nor Jannah. Awalnya pemilik Kedai Ice Septia (KIS) berpikir ingin menambah penghasilan dengan membuka sebuah usaha karena pada saat itu pemilik Kedai Ice Septia (KIS) adalah seorang mantan guru honorer yang 9 tahun menjadi guru honorer namun belum juga menjadi PNS karena hal itulah pemilik Kedai Ice Septia (KIS) rela melepas pekerjaannya dikarenakan minimnya gaji honorer pada masa itu. Sebelum membuka usaha kedai minuman pemilik Kedai Ice Septia (KIS) ingin membuka usaha bordir di daerah tersebut namun lahan yang tersedia belum cukup memadai untuk menampung peralatan bordir. Setelah itu atas saran dari anak untuk memanfaatkan lahan yang tidak digunakan dan dukungan tenaga serta

materi dari orang tua serta suami ibu Nor Jannah lalu mendirikan sebuah usaha Kedai Ice Septia (KIS) ini.

2. Kegiatan Produksi Kedai Ice Septia (KIS)

Dalam kegiatan produksi pemilik Kedai Ice Septia (KIS) melakukannya secara bersama-sama dengan karyawan terkecuali untuk bahan Frozen Food pemilik Kedai Ice Septia (KIS) membeli di agen terdekat. Karyawan yang bekerja di Kedai Ice Septia (KIS) memiliki tugas dan peran masing-masing seperti juru masak, pembuat minuman, melayani pembeli, serta menjadi kasir. Namun pembagian tugas tersebut tidak mutlak karena pemilik mewajibkan semua karyawan menguasai bidang tugas yang tersedia di Kedai Ice Septia (KIS) agar mempermudah terjadinya transaksi terhadap pembeli.

3. Penyajian Data

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan pengunjung Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: gambaran jenis kelamin, umur responden, pendidikan terakhir, pekerjaan dan sudah berapa kali berkunjung Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Dari 100 kuesioner yang telah disebar, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

b. Jenis Kelamin

Tabel 4 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	Presentase (%)
Laki-laki	45	45%
Perempuan	56	56%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari tabel jenis kelamin diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 45 orang atau 45% responden berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan selebihnya sebanyak 56 orang atau 56% responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung Kedai Ice Septia (KIS) Tamban yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data adalah perempuan.

c. Umur Responden

Tabel 4 2 Data Responden Berdasarkan Umur Responden

Kelompok Umur	F	Presentasi%
15-20 Tahun	24	24%
21-25 Tahun	62	62%

26-30 Tahun	8	8%
Lebih dari 30 Tahun	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel umur responden diatas memperlihatkan bahwa pengunjung Kedai Ice Septia (KIS) Tamban yang diambil sebagai responden Sebagian besar besumur 21-25 tahun sebanyak 62 orang atau 62%. Selanjutnya data responden yang berumur 15-20 tahun sebanyak 24 orang atau 24%, yang berumur 26-30 tahun tahun sebanyak 8 orang atau 8% dan hanya 6 orang atau 6% yang berumur lebih dari 30 tahun.

d. Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Berikut ini data responden dengan latar belakang pendidikan terakhirnya:

Tabel 4 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan Terakhir	F	Presentasi%
SD/Sederajat	1	1%
SMP/Sederajat	16	16%
SMA/Sederajat	65	65%
Diploma/Sarjana	18	18%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari data responden yang berhasil dikumpulkan berdasarkan kuesioner yang telah diisi, dapat disimpulkan bahwa responden dengan Pendidikan SMA/Sederajat memiliki mayoritas pengunjung yaitu sebanyak 65 orang atau 65%, terdapat 18 orang atau 18% responden yang berpendidikan Diploma/Sarjana, dan 18 orang atau 18% pengunjung yang berpendidikan SMP/Sederajat, serta terdapat 1 orang atau 1% pengunjung yang berpendidikan SD/Sederajat.

e. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pada penelitian ini, didapatkan data pengunjung Kedai Ice Septia (KIS) sebagai berikut:

Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	F	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	52	52%
PNS	3	3%
Pegawai Swasta	18	18%
Pegawai Kontrak	4	4%
Pedagang	6	6%
Pengusaha	3	3%
Ibu Rumah Tangga	5	5%
Lain-lain	9	9%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan presentase diatas terdapat 8 jenis kategori pekerjaan yang ditemui dalam penelitian ini yaitu Pelajar/Mahasiswa, PNS, Pegawai Swasta, Pegawai Kontrak, Pedagang, Ibu Rurmah Tangga, dan lain-lain berupa (Pengangguran, Honorer, Asisten Dokter Gigi, Perias Pengantin, Art, Driver Truck, Tukang, Karyawan biasa, Buruh). Dari hasil total sebaran responden, masing-masing mempunyai persentasi sebagai berikut: Pengunjung Kedai Ice Septia (KIS) Tamban yang masih menjadi Pelajar/Mahasiswa sebanyak 52 orang atau 52% yang berprofesi sebagai

PNS ada 3 orang atau 3%, responden yang berprofesi sebagai Pegawai Swasta sebanyak 18 orang atau 18%, responden yang berprofesi sebagai Pegawai Kontrak sebanyak 4 orang atau 4%, responden yang berprofesi sebagai pedagang sebanyak 6 orang atau 6%, responden yang berprofesi sebagai pengusaha sebanyak 3 orang atau 3%, dan responden yang menjadi Ibu Rumah Tangga sebanyak 5 orang atau 5%, serta yang berprofesi lain-lain sebanyak 9 orang atau 9%. Dari persentase diatas yang menjadi mayoritas pengunjung adalah Pelajar/Mahasiswa.

f. Kunjungan Responden ke Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

Tabel 4 5 Data Responden Berdasarkan

Keterangan	F	Presentase (%)
Pertama Kali	11	11%
2 Kali	19	19%
Lebih dari 3 Kali	70	70%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan bahwa pengunjung Kedai Ice Septia (KIS) Tamban yang diambil sebagai responden sebagian besar sudah berkunjung lebih dari 3 kali sebanyak 70 orang atau 70%, responden yang berkunjung sebanyak 2 kali ada 19 orang

atau 19%, dan responden yang pertama kali berkunjung ada 11 orang atau 11% pengunjung.

4. Deskriptif Variabel Penelitian

Data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner para responden, maka gambaran mengenai pengaruh harga, variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel Harga (X1)

- 1) Harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sangat terjangkau dan sesuai daya beli Pelanggan.

Tabel 4.6 Jawaban responden tentang harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sangat terjangkau dan sesuai daya beli Pelanggan

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	7	7%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2%
3	Netral (N)	16	16%
4	Setuju (S)	57	57%
5	Sangat Setuju (SS)	20	20%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden sebanyak 57 orang atau 57% menyatakan setuju dengan pertanyaan harga yang telah ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban sangat terjangkau dan sesuai daya beli Pelanggan. Responden sebanyak 20 orang atau 20% menyatakan sangat setuju, 16 orang atau 16% responden menyatakan netral dengan harga tersebut, ada sebanyak 2 orang atau 2% yang menyatakan tidak setuju dan ada sebanyak 7 orang atau 7% responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan harga yang ditetapkan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

2) Harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.

Tabel 4.7 Jawaban responden tentang harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
2	Tidak Setuju (TS)	5	5%
3	Netral (N)	20	20%

4	Setuju (S)	58	58%
5	Sangat Setuju (SS)	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 58 orang atau 58% responden yang setuju dengan harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan, untuk jawaban sangat setuju terdapat 16 orang atau 16% responden, dan untuk jawaban netral terdapat 20 orang atau 20% responden. Dalam pertanyaan ini juga terdapat 5 orang atau 5% responden yang menjawab tidak setuju dan ada 2orang atau 2% responden.

3) Harga setiap makanan dan minuman yang yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) tidak kalah saing dengan cafe lain.

Tabel 4.8 jawaban responden tentang harga setiap makanan dan minuman yang yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) tidak kalah saing dengan cafe lain

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%

2	Tidak Setuju (TS)	13	13%
3	Netral (N)	26	26%
4	Setuju (S)	47	47%
5	Sangat Setuju (SS)	14	14%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa alternatif jawaban tertinggi pada pertanyaan tentang harga setiap makanan dan minuman yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) tidak kalah saing dengan cafe lain adalah setuju sebanyak 47 orang atau 47%, responden yang menyatakan sangat setuju ada 14 orang atau 14%, untuk yang menyatakan netral ada sebanyak 26 orang atau 26% responden, dan untuk yang menyatakan tidak setuju terdapat 13 orang atau 13% responden, selain itu juga terdapat 3 orang atau 3% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

b. Variabel Variasi Menu (X2)

1) Cita rasa yang di sajikan sangat memuaskan Pelanggan.

Tabel 4.9 Jawaban responden tentang Cita rasa yang di sajikan sangat memuaskan Pelanggan

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
-----	------------	---	----------------

1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4%
2	Tidak Setuju (TS)	5	5%
3	Netral (N)	31	31%
4	Setuju (S)	44	44%
5	Sangat Setuju (SS)	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel Jawaban responden diatas tentang cita rasa yang di sajikan sangat memuaskan Pelanggan memiliki 44 orang atau 44% responden yang menyatakan setuju, juga terdapat 16 orang atau 16% responden yang menyatakan sangat setuju, ada 31 orang atau 31% responden yang menyatakan netral, dan ada 5 orang atau 5% responden yang menyatakan tidak setuju serta terdapat 4 orang atau 4% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

2) Jenis makanan dan minuman sesuai dengan keinginan Pelanggan.

Tabel 4.10 Jawaban responden tentang jenis makanan dan minuman sesuai dengan keinginan Pelanggan

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%

2	Tidak Setuju (TS)	2	2%
3	Netral (N)	20	20%
4	Setuju (S)	40	40%
5	Sangat Setuju (SS)	35	35%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 40 orang atau 40% responden yang setuju dengan jenis makanan dan minuman sesuai dengan keinginan Pelanggan, untuk jawaban sangat setuju terdapat 35 orang atau 35% responden, dan untuk jawaban netral terdapat 20 orang atau 20% responden. Dalam pertanyaan ini juga terdapat 2 orang atau 2% responden yang menjawab tidak setuju dan ada 3 orang atau 3% responden.

3) Porsi makanan dan minuman yang di sajikan memuaskan Pelanggan.

Tabel 4.11 Jawaban responden tentang porsi makanan dan minuman yang di sajikan memuaskan Pelanggan

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%

	(STS)		
2	Tidak Setuju (TS)	6	2%
3	Netral (N)	26	20%
4	Setuju (S)	43	40%
5	Sangat Setuju (SS)	23	35%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden sebanyak 43 orang atau 43% menyatakan setuju dengan pertanyaan tentang porsi makanan dan minuman yang di sajikan memuaskan Pelanggan. Responden sebanyak 23 orang atau 23% menyatakan sangat setuju, 26 orang atau 26% responden menyatakan netral dengan porsi tersebut, ada sebanyak 6 orang atau 6% yang menyatakan tidak setuju dan ada sebanyak 3 orang atau 3% responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan porsi makanan dan minuman yang di sajikan.

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

1) Apakah pelayanan di Kedai Ice Septia (KIS) dilakukan dengan cepat tanggap.

Tabel 4.12 Jawaban responden tentang apakah pelayanan di Kedai Ice Septia (KIS) dilakukan dengan cepat tanggap

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
2	Tidak Setuju (TS)	6	6%
3	Netral (N)	25	25%
4	Setuju (S)	36	36%
5	Sangat Setuju (SS)	33	33%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan bahwa pelayanan di Kedai Ice Septia (KIS) dilakukan dengan cepat tanggap sebanyak 36 orang atau 36%, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 33 orang atau 33%, dan responden yang menjawab netral ada 25 orang atau 25% pengunjung. Dalam jawaban responden juga terdapat 6 orang atau 6% responden yang menyatakan tidak setuju dan ada 2 orang atau 2% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

2) Apakah Karyawan di Kedai Ice Septia (KIS) menguasai informasi terkait produk yang dijualnya.

Tabel 4.13 Jawaban responden tentang apakah karyawan di Kedai Ice Septia (KIS) menguasai informasi terkait produk yang dijualnya

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
2	Tidak Setuju (TS)	7	7%
3	Netral (N)	34	34%
4	Setuju (S)	40	40%
5	Sangat Setuju (SS)	17	17%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan bahwa karyawan di Kedai Ice Septia (KIS) menguasai informasi terkait produk yang dijualnya sebanyak 40 orang atau 40%, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 17 orang atau 17%, dan responden yang menjawab netral ada 34 orang atau 34% pengunjung. Dalam jawaban responden juga terdapat 7 orang atau 7% responden yang menyatakan tidak setuju dan ada 2 orang atau 2% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

3) Apakah Karyawan di Kedai Ice Septia (KIS) melakukan pelayanan dengan ramah dan sopan.

Tabel 4.14 Jawaban responden tentang apakah karyawan di Kedai Ice Septia (KIS) melakukan pelayanan dengan ramah dan sopan

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2%
3	Netral (N)	14	14%
4	Setuju (S)	56	56%
5	Sangat Setuju (SS)	27	27%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan bahwa karyawan di Kedai Ice Septia (KIS) melakukan pelayanan dengan ramah dan sopan sebanyak 56 orang atau 56%, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 orang atau 27%, dan responden yang menjawab netral ada 14 orang atau 14% pengunjung. Dalam jawaban responden juga terdapat 2 orang atau 2% responden yang menyatakan tidak setuju dan ada 1 orang atau 1% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

d. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

1) Merasa puas setelah mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Tabel 4.15 Jawaban responden tentang merasa puas setelah mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
2	Tidak Setuju (TS)	4	4%
3	Netral (N)	15	15%
4	Setuju (S)	63	63%
5	Sangat Setuju (SS)	17	17%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan tentang merasa puas setelah mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban sebanyak 63 orang atau 63%, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 17 orang atau 17%, dan responden yang menjawab netral ada 15 orang atau 15% pengunjung. Dalam jawaban responden juga terdapat 4 orang atau 4% responden yang menyatakan tidak setuju dan ada 2 orang atau 2% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

2) Kedai Ice Septia (KIS) Tamban memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Tabel 4.16 Jawaban responden tentang Kedai Ice Septia (KIS)

Tamban memberikan kualitas pelayanan yang baik

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2%
3	Netral (N)	13	13%
4	Setuju (S)	62	62%
5	Sangat Setuju (SS)	21	21%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan tentang Kedai Ice Septia (KIS) Tamban memberikan kualitas pelayanan yang baik sebanyak 62 orang atau 62%, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 21 orang atau 21%, dan responden yang menjawab netral ada 13 orang atau 13% pengunjung. Dalam jawaban responden juga terdapat 2 orang atau 2% responden yang menyatakan tidak setuju dan ada 3 orang atau 3% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

3) Bersedia kembali untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS)

Tamban.

Tabel 4.17 Jawaban responden tentang bersedia kembali untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
2	Tidak Setuju (TS)	4	4%
3	Netral (N)	15	15%
4	Setuju (S)	63	63%
5	Sangat Setuju (SS)	17	17%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan tentang responden yang bersedia kembali untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban sebanyak 63 orang atau 63%, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang atau 17%, dan responden yang menjawab netral ada 15 orang atau 15% pengunjung. Dalam jawaban responden juga terdapat 4 orang atau 4% responden yang menyatakan tidak setuju dan ada 3 orang atau 3% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

4) Bersedia mengajak rekannya untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Tabel 4.18 Jawaban responden tentang bersedia mengajak rekannya untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4%
2	Tidak Setuju (TS)	1	1%
3	Netral (N)	44	44%
4	Setuju (S)	39	39%
5	Sangat Setuju (SS)	12	12%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan tentang responden yang bersedia mengajak rekannya untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban sebanyak 39 orang atau 39%, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang atau 12%, dan responden yang menjawab netral ada 44 orang atau 44% pengunjung. Dalam jawaban responden juga terdapat 1 orang atau 1% responden yang menyatakan tidak setuju dan ada 4 orang atau 4% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

5) Apakah Pelanggan merekomendasikan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban kepada masyarakat sekitar rumahnya.

Tabel 4.19 Jawaban responden tentang apakah Pelanggan merekomendasikan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban kepada masyarakat sekitar rumahnya

No.	Alternatif	F	Presentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
2	Tidak Setuju (TS)	7	7%
3	Netral (N)	35	35%
4	Setuju (S)	41	41%
5	Sangat Setuju (SS)	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas, memperlihatkan tentang responden yang bersedia merekomendasikan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban kepada masyarakat sekitar rumahnya sebanyak 41 orang atau 41%, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 16 orang atau 16%, dan responden yang menjawab netral ada 35 orang atau 35% pengunjung. Dalam jawaban responden juga terdapat 7 orang atau 7%

responden yang menyatakan tidak setuju dan ada 2 orang atau 2% responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

B. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Harga (X1)	1	0,880	0,195	Valid
	2	0,876	0,195	Valid
	3	0,834	0,195	Valid
Variasi Menu (X2)	1	0,690	0,195	Valid
	2	0,621	0,195	Valid
	3	0,557	0,195	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	1	0,594	0,195	Valid
	2	0,584	0,195	Valid
	3	0,584	0,195	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	1	0,646	0,195	Valid
	2	0,723	0,195	Valid

	3	0,526	0,195	Valid
	4	0,623	0,195	Valid
	5	0,638	0,195	Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari tabel hasil uji validitas instrument data penelitian diatas, terlihat nilai r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.936	14

Sumber: Data diolah, 2023.

Dari tabel hasil uji reliabilitas instrument data penelitian diatas, terlihat nilai Cronbach's Alpha adalah 0,936 lebih besar dari 0,60, artinya nilai $\alpha > 0,60$ maka item-item pernyataan dari setiap variabel penelitian ini dinyatakan reliabel.

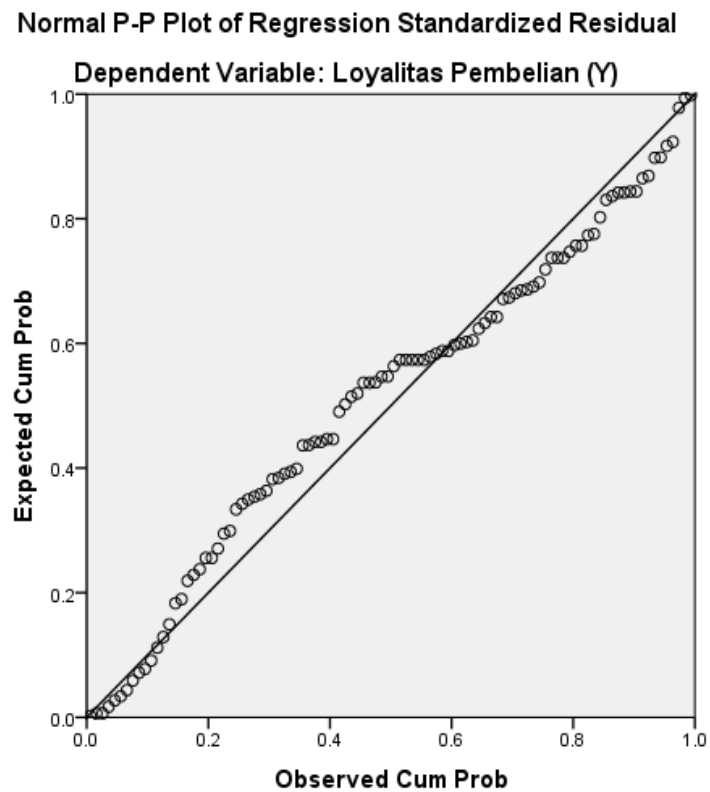
3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dikatakan berdistribusi normal jika plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya “mengikuti garis diagonal”. Dan dinyatakan menyebar normal apabila hasil uji unstandardized residualnya memiliki nilai signifikan lebih besar dari α (0,05).

Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 24 For Windows:

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot



Sumber: Data diolah, 2023.

Dapat disimpulkan bahwa model regresi uji normalitas diatas berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas akan terjadi apabila:

- 1) Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai tolerance lebih kecil atau sama dengan 0,10.
- 2) Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

Berikut tabel hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS 24 For Windows:

Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,422	2,372
Variasi Menu (X2)	0,388	2,581
Kualitas Pelayanan (X3)	0,435	2,298

Sumber: Data diolah, 2023.

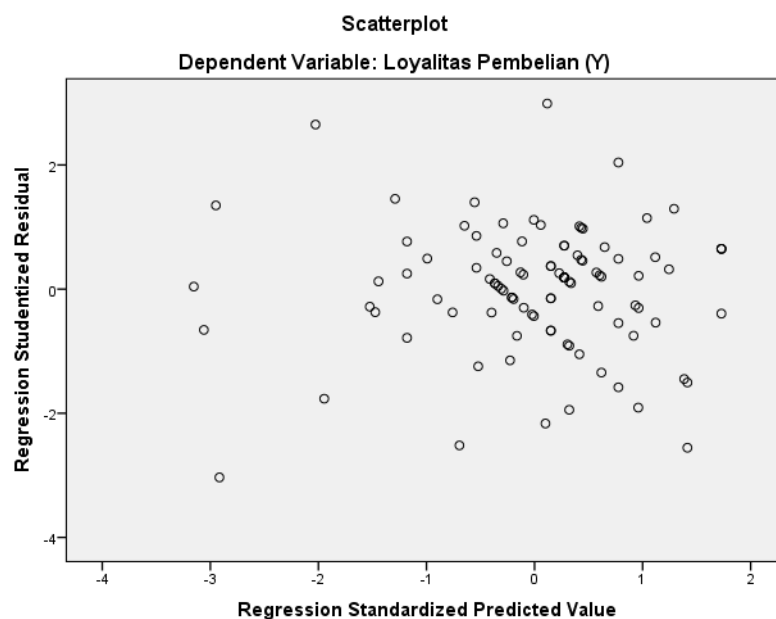
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dalam tabel diatas diperoleh nilai tolerance sebesar 0,422 untuk variabel harga (X₁), dan nilai

sebesar 0,388 untuk variabel variasi menu (X_2), dan terdapat nilai 0,435 untuk variabel kualitas pelayanan (X_3) yang berarti bahwa nilai tolerance diatas nilainya lebih besar dari 0,10. Dan dapat dilihat dari nilai VIF diperoleh sebesar 2,372 untuk variabel harga (X_1), ada juga nilai untuk variabel variasi menu (X_2) sebesar 2,581, dan untuk variabel kualitas pelayanan (X_3) sebesar 2,298 yang berarti nilainya lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengujian heteroskedastisitas jika ada pola yang jelas (bergelombang, melebar, kemudian menyempit pada gambar scatterplots, serta titik-titik menyebar diatas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah, 2023.

Dapat disimpulkan bahwa model regresi diatas tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Jika nilai Durbin Watson terletak antara du sampai dengan (4-du) maka tidak terjadi autokorelasi. Nilai du dicari pada distribusi nilai Durbin Watson berdasarkan K dan N dengan nilai signifikansi 5%.

Tabel 4.23 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Durbin Watson
1	2,251

Sumber: Data diolah, 2023.

Dapat dijelaskan bahwa nilai du dicari pada distribusi nilai Durbin Watson berdasarkan K (3) dan N (100) dengan nilai signifikansi 5%, du (1.7364) < Durbin Watson (2.251) < 4-du (2,2636) artinya tidak terjadi autokorelasi.

4. Hasil Uji Analisi Regresi Linear Berganda

a. Analisi Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS 24 For Windows. Berikut adalah rumus Regresi Linier Berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Pelanggan Kedai Ice Septia (KIS)

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi linier dari variabel X1, yaitu Harga Kedai Ice Septia (KIS)

β_2 : Koefisien regresi linier dari variabel X2, yaitu Variasi Menu Kedai Ice Septia (KIS)

β_3 : Koefisien regresi linier dari variabel X3, yaitu Kualitas Pelayanan Kedai Ice Septia (KIS).

X1 : Harga Kedai Ice Septia (KIS)

X2 : Variasi Menu Kedai Ice Septia (KIS)

X3 : Kualitas pelayanan Kedai Ice Septia (KIS)

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 24 For Windows berikut hasil perhitungan uji regresi linier berganda pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.24 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B (Koefisien Regresi)	Keterangan
Harga (X1)	0,398	Positif
Variasi Menu (X2)	0,445	Positif
Kualitas Pelayanan (X3)	0,530	Positif

Sumber: Data diolah, 2023.

Persamaan Regresi linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,160 + 0,398 X_1 + 0,445 X_2 + 0,530 X_3 + e$$

Keterangan:

1) Konstanta

Nilai konstanta adalah 3,160 hal ini berarti jika harga (X1), variasi menu (X2), kualitas pelayanan (X3) bernilai 0, maka Loyalitas Pelanggan bernilai positif yaitu 3,160.

2) Harga (X1)

Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,398 atau 39,8% hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor harga mengalami kenaikan satu persen maka Loyalitas Pelanggan akan naik sebesar 0,398 atau 39,8% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor harga turun satu persen maka Loyalitas Pelanggan akan turun 0,398 atau 39,8%.

3) Variasi Menu (X2)

Nilai koefisien regresi variabel variasi menu bernilai positif yaitu 0,445 atau 44,5% hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor variasi menu mengalami kenaikan satu persen maka Loyalitas Pelanggan akan naik sebesar 0,445 atau 44,5% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor variasi menu turun satu persen maka Loyalitas Pelanggan akan turun 0,445 atau 44,5%.

4) Kualitas Pelayanan (X3)

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan menu bernilai positif yaitu 0,530 atau 53% hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu persen maka Loyalitas Pelanggan akan naik sebesar 0,530 atau 53% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor kualitas pelayanan turun satu persen maka Loyalitas Pelanggan akan turun 0,530 atau 53%.

b. Uji Hipotesis

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan uji hipotesis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 24 For Windows. Berikut hasil perhitungannya :

1) Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²).

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R² berkisar antara 0 sampai 1, bila R² =0 berarti tidak ada hubungan yang sempurna.

Sedangkan apabila nilai $R^2 = 1$ maka ada hubungan antara variasi Y dan X atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan. Berikut tabel hasil analisis koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 24 For Windows:

Tabel 4.25 Hasil analisis koefisien determinasi

Model	R square
1	0,683

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel di atas, nilai R^2 dalam penelitian ini sebesar 0,683. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independent yaitu harga, variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban yang dapat diterangkan oleh persamaan ini sebesar 68,3%, sedangkan sisanya 31,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk membuktikan apakah variabel harga, variasi menu dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan variabel terikat Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Berikut tabel hasil uji F dengan menggunakan program SPSS 24 For Windows.

Tabel 4.26 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model	F hitung	F tabel	Sig.
Regression	69,034	2,70	0,000

Sumber: Data diolah, 2023.

Berdasarkan tabel di atas, nilai Fhitung sebesar 69,034 di mana nilai ini lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 2,70 dan nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1), variasi menu (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terdapat Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y.

3) Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai Thitung dengan Ttabel dengan signifikansi 0,05. Berikut tabel hasil uji T dengan menggunakan program SPSS 24 For Windows.

Tabel 4.27 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model	T hitung	T tabel	Sig.
Harga (X1)	3,105	1,958	0,003

Variasi Menu (X2)	3,415	1,958	0,001
Kualitas Pelayanan (X3)	3,814	1,958	0,000

Sumber: Data diolah, 2023.

a) Variabel Harga (X_1)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai Thitung variabel harga (3,105) > Ttabel (1,985) nilai sig. (0,003) < α (0,05) maka hipotesis diterima, berarti variabel harga mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

b) Variabel Variasi Menu (X_2)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai Thitung variabel harga (3,415) > Ttabel (1,985) nilai sig. (0,001) < α (0,05) maka hipotesis diterima, berarti variabel variasi menu mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

c) Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai Thitung variabel harga (3,814) > Ttabel (1,985) nilai sig. (0,000) < α (0,05) maka hipotesis diterima, berarti variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

5. Pembahasan

a) Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Dalam penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh variabel harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 69,034 di mana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,70 ($69,034 > 2,70$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,003 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga menjelaskan bahwa variabel harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Berdasarkan tabel di atas, nilai R^2 dalam penelitian ini sebesar 0,683. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independent yaitu harga, variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban yang dapat diterangkan oleh persamaan ini sebesar 68,3%, sedangkan sisanya 31,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Menurut Tjipto, loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pelanggan berulang, Tjiptono (2012, hal. 80). Hasan mengemukakan loyalitas pelanggan yaitu orang yang membeli, khususnya yang membeli

secara teratur dan berulang, Hasan (2008, hal. 83). Loyalitas pelanggan berdasarkan instrument yang dikembangkan oleh Griffin (2003, hal. 5), meliputi pelanggan berulang, membeli antar produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing.

Menurut tinjauan syariat islam pengaruh harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan merupakan transaksi jual beli barang atau jasa yang merupakan pengaruh untuk menghasilkan teradinya suatu loyalitas pelanggan. Transaksi yang dibenarkan oleh syariat islam bisa di lihat dari dasar transaksi jual beli dengan dasar kerelaan antara kedua belah pihak tanpa suatu paksaan yaitu ridha sama ridha dan suka sama suka.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa ayat 29 yaitu:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا

تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat diatas menjelaskan tentang hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi pedagang dan bisnis jual beli. Dalam ayat diatas mengharamkan orang yang beriman untuk memakan, memanfaatkan,

menggunakan (dan segala bentuk transaksi bentuk lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu transaksi yang dibenarkan oleh syariat.

Berdasarkan ayat diatas pengaruh harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah transaksi jual beli barang atau jasa dan dibolehkan untuk melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan atas dasar ridha sama ridha dan suka sama suka. Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan, karena jual beli yang dilakukan berdasarkan rasa suka sama suka itu diperbolehkan selagi tidak tedapat larangan dari Allah Swt. Namun apabila bertentangan dengan larangan Allah Swt meskipun didasarkan atas suka sama suka maka itu jelas terlarang.

b) Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Bedasarkan dari hasil pengujian uji T diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 3,105 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,985 ($3,105 > 1,985$) dan nilai signifikansi $(0,003) < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Ahmad Syaifullah (2020) dan Ridho Saputra (2020), hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas

pelanggan dan keputusan pelanggan. Hal ini berarti semakin terjangkau harga, maka pengunjung akan membuat keputusan pelanggan juga meningkat. Hal tersebut semakin memperkuat asumsi bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai factor yang salah satunya adalah masalah harga.

Sundaryono (2016) mendefinisikan, Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu . Kotler (2019) menyatakan ada lima Indikator harga yaitu :

1. Keterjangkauan harga. Indikator ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sangat terjangkau dan sesuai beli konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Indikator ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sesuai dengan kualitas yang konsumen dapatkan.
3. Daya saing. Indikator ini menunjukkan bahwa harga setiap menu minuman dan makanan yang diberikan di Kedai Ice Septia (KIS) tidak kalah saing dengan cafe lain.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat. Indikator ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sesuai dengan manfaat yang konsumen dapatkan dan membuat puas.

Menurut perspektif Islam harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sesuai dengan terma yang digunakan oleh Ibnu Taimiyah yaitu harga yang ditetapkan didasarkan keadilan. Artinya harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal yang membuat produsen memperoleh laba terlalu tinggi, namun juga tidak terlalu murah dan membuat produsen merugi. Harga juga mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjual. Penjual memperoleh keuntungan yang normal, sedangkan pembeli memperoleh manfaat dengan harga yang dibayarkannya, dengan 108 demikian islam menjamin dimana pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar dalam rangka keadilan.

c) Pengaruh Variasi Menu Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Bedasarkan dari hasil pengujian uji T diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 3,415 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} 1,985 ($3,415 > 1,985$) dan nilai signifikansi $(0,001) < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa variasi menu berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Andi Angriani (2018), hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa variasi menu berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan. Hal tersebut semakin memperkuat asumsi bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai factor yang salah satunya adalah masalah variasi menu.

menurut (Rosalin & Soetanto, 2006:58) menu adalah daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. Menu juga dapat dijadikan basis pelanggan dalam membuat pilihan makanan, menu yang dibuat dengan baik dapat mengarahkan perhatian pelanggan pada barang yang dijual lebih banyak (Ozdemir & Caliskan, 2014:4). Variasi menu makanan Indonesia umumnya menurut John H.I dan Maria J.T (2011) indikator tentang variasi makanan sebagai berikut:

1. Jenis pilihan menu makanan dan minuman
2. Rasa makanan dan minuman
3. Ukuran porsi makanan dan minuman. (Angriani, 2018, hal. 10).

Islam menyatakan bahwa makanan dan minuman harus didapat dengan cara yang halal, bahannya pun juga demikian, karena akan menimbulkan kesehatan bagi orang yang memakan. Sebagaimana Firman Allah pada surat Al-Baqarah ayat 168 :

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah

Berdasarkan uraian ayat diatas islam menyatakan apapun yang dikonsumsi harus didapat dengan cara yang halal, bahannya pun juga demikian, karena akan menimbulkan kesehatan bagi orang yang memakan.

d) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Berdasarkan dari hasil pengujian uji T diperoleh nilai Thitung sebesar 3,814 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai Ttabel 1,985 ($3,814 > 1,985$) dan nilai signifikansi ($0,000 < \alpha (0,05)$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Ahmad Syaifullah (2020), Annisa Fitria (2018), Adi Nugraha (2020), Andi Angriani (2018), Ridho Nugraha (2020), hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan keputusan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanannya, maka pengunjung tidak akan merasa kekurangan pada pelayanan yang ada diKedai Ice Septia (KIS). Hal tersebut semakin memperkuat asumsi bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai factor yang salah satunya adalah masalah kualitas pelayanan.

Sebagaimana dikutip oleh Aries Andi, menurut Kang, James & Alexandris memodifikasi SERQUAL untuk mengukur kualitas layanan

internal. Riset mereka terhadap 120 karyawan administratif di sebuah Universitas di Seoul (Korea Selatan) menyimpulkan bahwa kelima dimensi SERQUAL (reabilitas, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap) dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan internal.

Kualitas pelayanan di Kedai Ice Septia (KIS) termasuk dalam kategori yang baik. Hal ini dilihat dari tanggapan pengunjung seperti pada:

1. Bukti fisik (tangibles). Kedai Ice Septia (KIS) terlihat rapi, bersih dan memiliki perlengkapan dan peralatan penunjang pelayanan yang masih bagus seperti tempat sampah.

2. Daya tanggap (responsiveness). Karyawan Kedai Ice Septia (KIS) cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan konsumen dalam melakukan pemesanan makanan maupun minuman.

3. Empati (emphaty). Karyawan Kedai Ice Septia (KIS) dapat komunikasi kepada konsumen dengan baik dan ramah sehingga konsumen merasa nyaman dalam melakukan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Ice Septia (KIS) begitu baik sesuai dengan syariat islam. Islam mengajarkan bila ingin memberi hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
 وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِكَافِرِيهِ إِلَّا أَنْ تَغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا
 أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.

Berdasarkan uraian ayat diatas islam menyatakan bahwa seseorang harus memberikan kualitas yang terbaik ketika ingin diberikan kepada orang lain, karena dirinya sendiri juga ingin diperlakukan dan diberikan hal yang terbaik.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan maka didapatkan variabel-variabel yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai $F_{hitung} 69,034 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai sig. F sebesar $0,000 < (\alpha) 0,05$.

Maka secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X_1), variasi menu (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

2. Variabel X_1 nilai $T_{hitung} > T_{tabel} (3,105 > 1,985)$ dengan nilai signifikansi $(0,003) < (\alpha) (0,05)$, Variabel X_2 nilai $T_{hitung} > T_{tabel} (3,415 > 1,985)$ dengan nilai signifikansi $(0,001) < (\alpha) (0,05)$, Variabel X_3 nilai $T_{hitung} > T_{tabel} (3,814 > 1,985)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < (\alpha) (0,05)$. Maka secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

B. Saran-saran

1. Bagi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

Dari penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat dijadikan untuk masukan dan arahan yang berkaitan dengan alasan Pelanggan agar melakukan pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Untuk menciptakan suatu Loyalitas Pelanggan, maka dapat memperhatikan factor-faktor yang menjadi acuan agar Pelanggan melakukan pelanggan berulang dan memperhatikan variabel-variabel penelitian tersebut agar menarik Pelanggan lebih banyak lagi.

2. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis yang berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan diharapkan dapat menggali variabel lainnya yang tidak termuat dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Pada peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat melengkapi teori-teori manajemen pemasaran maupun jurnal-jurnal yang lebih baru agar dapat memperbaharui teori yang telah digunakan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressido.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Andi, N. A. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Toko E.R Collection Ponorogo*.
- Angriani, A. (2018). PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN PADA CATERING UKHUWAH DI MAKASSAR. 8-9.
- Armahadyani. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Konsumen Pada Kedai Makan Pa'mur Karawang. *Manajemen Bisnis Kreatif*, 68-98.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Dalam M. Astuti, *Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Br, G. N. (2022). *Teori Pemasaran: Pendekatan Manajemen Bisnis*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Bramasta, T., & Raharja, F. E. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bengkel Mobil Rapierglass Autocare Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-15.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syari'ah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hurriyanti, R. (2015). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA.
- Joohn, H. I., & Maria, J. T. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. STIE Musi. Palembang. *Unpad*.
- Kambolong, D., & Nurjannah. (2021). Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi. Dalam D. Kambolong, *Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Khasanah. (2022). *Dinamika Konsep Dasar Pembelajaran Model*. Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Khasanah, Indrawan, D., & Lusiana. (2022). Dinamika Konsep Dasar Model Pembelajaran. Dalam Khasanah, *Hakikat Pengaruh Pembelajaran* (hal. 57). Cendekia Mulia Mandiri.

- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
- Maizura, I., & Rani, M. J. (2015). The Impact Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty Evidence From Fast Food Restaurant of Malaysia. *International Journal of Information, Business and Management*. Vol.7 , 209.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran. Cetakan Kesatu*. Bandung: Allfabeta.
- Nurchahyo, A. A. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI TOKO E.R COLLECTION PONOROGO. *IAIN PONOROGO*, 41.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Permbelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Oktaviani, G. (2019). PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA JASA PT.GITA RIFA EXPRESS (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar). *Universitas Islam Riau Pekanbaru*, 25-26.
- Ozdemir, B., & Caliskan, O. (2014). A Review of Literature on Restaurant Menus: Specifying the Managerial Issues. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 4.
- Putri, B. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar, Bali.: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2007). Manajemen Pelayanan. Dalam Ratminto, *Kualitas Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rauf, A. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Gunung Jati: Insani.
- Rosalin, G., & Soetanto, T. I. (2006). Analysis of the Customers' Preferences In Determining A Suitable Menu: A Case Study of River Side Oriental Cuisine Restaurant. *Jurnal Manajemen Perhotelan* , Vol.2 No. 2. 58.
- Santoso, S. A. (2019). PENGARUH VARIASI MENU, HARGA, JAM KERJA, DAN LAMA USAHA TERHADAP PENDAPATAN WARUNG TEGAL DI KECAMATAN CIPUTAT TIMUR. *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 10-11.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Pres).
- Soeprajitno, E. D., Ichsanudin, & Bahrowi, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisionl Bandar Kediri). *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Subyabrata. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiarto, E., & Sulastriningrum, S. (2003). Pengantar Akomodasi dan Restoran. Dalam E. Sugiarto. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academy Publishing Service).
- Tarigan, E. D., Wijaya, M., & Marbun, P. (2020). The Influence of Lifestyle, Physical Environment, and Menu Variety on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in the Coffee Shop. *International Journal of Research and Review Vol.7 Issue: 3*, 103-104.
- Tarigan, H. G. (2013). *Menulis Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Tjiptono, F. (2015). *Stratei Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 42.

Lampiran I: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN

Kepada Yth,

Saudara(i) (Responden)

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubung dengan keperluan pengumpulan data berupa informasi yang sangat diperlukan dalam rangka penelitian skripsi, maka saya mahasiswi aktif S1 Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, dengan ini memohon kesediaan Saudara(i) sebagai responden dalam penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban”**. Data/Informasi/Jawaban yang diperoleh akan dijaga Kerahasiannya dan tidak akan di Salah gunakan/di Sebar luaskan. Saya menganggap semua data/informasi/jawaban yang Saudara(i) berikan adalah benar dan sesuai dengan kondisi yang atau atau keadaan yang dirasakan. Atas Perhatian dan kesediaan Saudara(i) saya ucapkan terimakasih.

PETUNJUK PENGISIAN:

Berilah tanda \surd pada kolom () yang sesuai dengan pilihan anda.

Isilah identitas anda dengan baik dan benar.

Isilah semua pertanyaan sesuai dengan apa yang anda alami/rasakan.

KETERANGAN

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

IDENTITAS RESPONDEN

Email :

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Umur : 15-20 tahun 26-30 tahun

21-25 tahun > 30 tahun

Pendidikan Terakhir : SD SMA

SMP Diploma/Sarjana

Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Pegawai Swasta
 PNS Lainnya...

Sudah berapa kali anda berkunjung di Kedai Ice Septia (KIS):

Pertama Kali

2 kali

> 3 Kali

Jawablah Pertanyaan Berikut!

Isilah Kuesioner berikut dengan menggunakan tanda \surd pada kolom yang tersedia berikut!

Variabel Harga (X1)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sangat terjangkau dan sesuai daya beli konsumen.					
2	Harga yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.					
3	Harga setiap makanan dan minuman yang ditetapkan di Kedai Ice Septia (KIS) tidak kalah saing dengan cafe lain.					

Variabel Variasi Menu (X2)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Cita rasa yang di sajikan sangat memuaskan konsumen.					
2	Jenis makanan dan minuman sesuai keinginan konsumen.					
3	Porsi makanan dan minuman yang disajikan memuaskan kosumen.					

Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

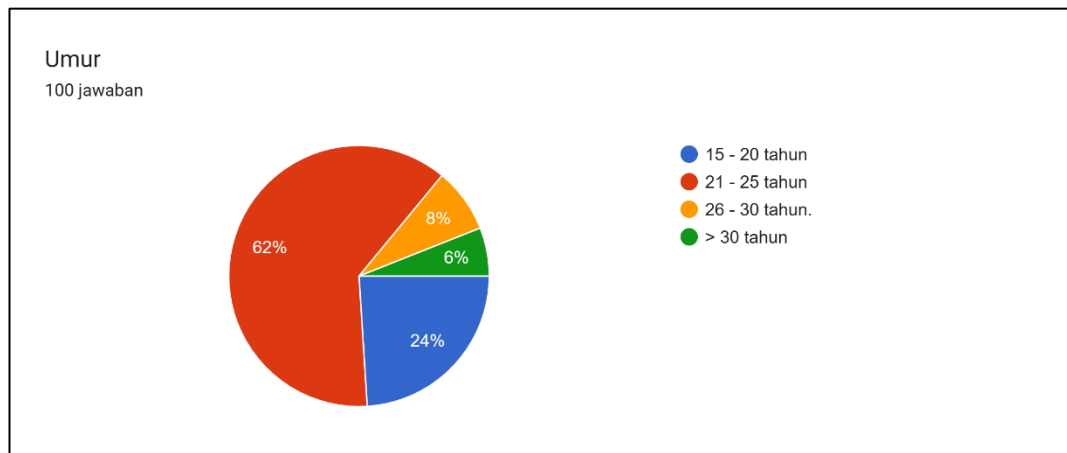
NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Merasa puas setelah mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.					
2	Kedai Ice Septia (KIS) Tamban memberikan kualitas layanan yang baik.					
3	Bersedia kembali untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban pelayanan dengan ramah dan sopan.					

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

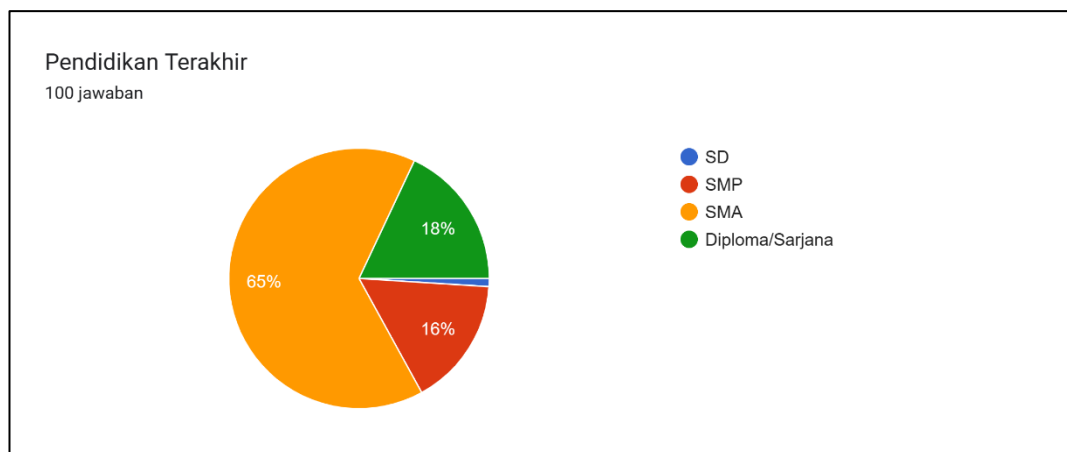
NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Merasa puas setelah mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.					
2	Kedai Ice Septia (KIS) Tamban memberikan kualitas layanan yang baik.					
3	Bersedia kembali untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban pelayanan dengan ramah dan sopan.					
4	Bersedia mengajak rekannya untuk mengunjungi Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.					
5	Apakah konsumen merekomendasikan Kedai Ice Septia (KIS) Tamban kepada masyarakat sekitar rumahnya.					

Lampiran II: Diagram Persentase Karakteristik Responden

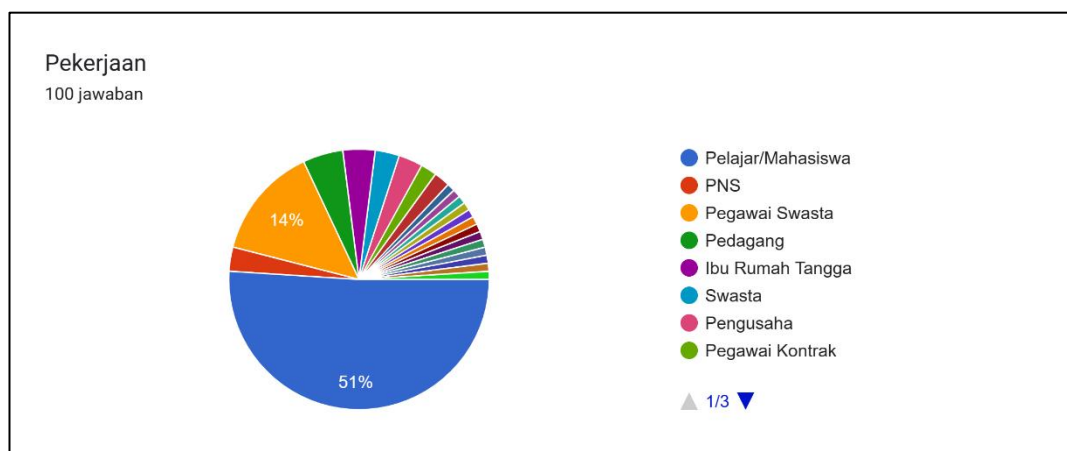
1. Diagram Persentase Umur Responden



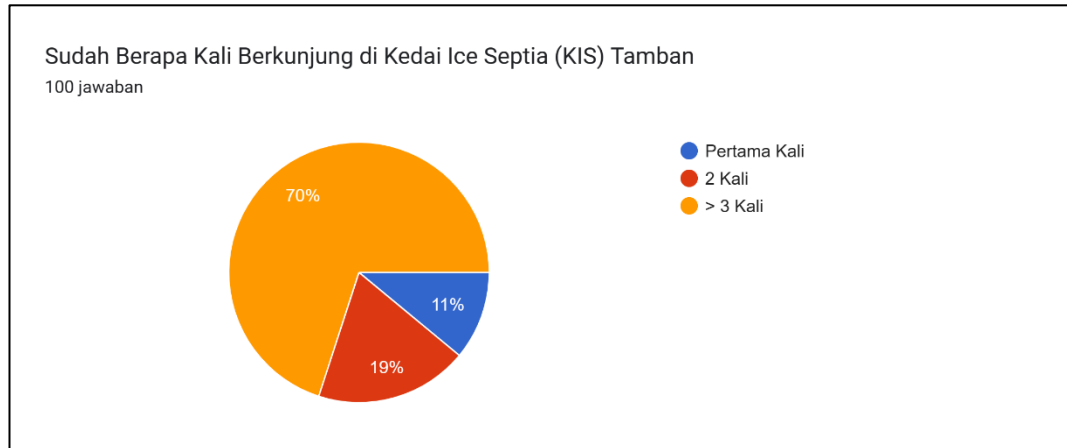
2. Diagram Persentase Pendidikan Terakhir



3. Diagram Persentase Pekerjaan



4. Diagram Sudah Berapa Kali Berkunjung di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.



Lampiran III: Tabulasi Data Variabel

RESPONDEN	Harga (X1)			Total	Variasi Menu (X2)			Total	Kualitas Pelayanan (X3)			Total	Loyalitas Pembelian (Y)					Total
	X1.1	X1.2	X1.3		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3		X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
2	2	2	2	6	3	3	2	8	3	3	2	8	2	2	2	2	2	10
3	5	4	5	14	1	4	4	9	4	3	3	10	4	3	4	4	5	20
4	5	4	5	14	4	3	4	11	5	5	5	15	4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
6	1	4	4	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	4	3	17
7	5	5	4	14	5	4	5	14	4	5	5	14	4	5	5	4	5	23
8	4	4	3	11	3	4	4	11	3	3	4	10	4	3	4	3	3	17
9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
10	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	3	3	18
11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	3	3	16
12	3	4	4	11	3	3	4	10	2	4	4	10	4	4	4	4	4	20
13	5	4	4	13	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15
14	1	3	2	6	1	1	2	4	2	1	3	6	2	3	3	3	2	13
15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
16	4	5	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
17	1	2	2	5	2	2	2	6	1	5	4	10	3	4	4	3	4	18
18	4	5	4	13	4	4	4	12	5	3	5	13	4	5	4	4	4	21
19	2	2	2	6	3	4	4	11	3	2	3	8	3	3	2	3	3	14
20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
21	5	4	3	12	4	5	4	13	2	3	5	10	4	4	4	5	4	21
22	4	3	3	10	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	4	4	3	19
23	4	4	2	10	4	4	2	10	1	1	4	6	3	4	4	3	1	15
24	4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	4	12	4	3	4	3	4	18
25	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	4	4	22
26	1	1	1	3	1	1	1	3	3	2	3	8	1	2	1	1	5	10
27	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	4	3	16
28	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
29	4	5	3	12	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	5	4	3	21
30	1	2	2	5	1	1	1	3	3	3	1	7	2	1	1	1	4	9
31	5	4	4	13	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20
32	3	3	4	10	3	4	4	11	5	5	5	15	4	5	4	4	4	21
33	3	3	4	10	3	3	3	9	4	5	5	14	4	4	4	3	4	19
34	4	3	4	11	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	3	3	18
35	4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	5	14	4	4	5	4	5	22
36	3	4	4	11	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	3	3	4	18
37	4	5	3	12	3	5	3	11	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
38	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	3	3	3	15
39	1	1	2	4	2	2	2	6	2	2	2	6	1	1	1	1	1	5
40	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	5	13	4	5	5	5	5	24

41	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	4	4	23
42	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
43	3	2	5	10	3	4	3	10	3	3	4	10	2	1	5	1	3	12
44	5	4	3	12	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	3	3	16
45	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	2	14
46	4	4	1	9	2	3	3	8	3	2	3	8	3	4	2	3	2	14
47	5	4	4	13	5	3	3	11	5	5	3	13	4	5	4	4	4	21
48	4	3	4	11	4	5	3	12	4	5	4	13	4	4	4	4	4	20
49	4	3	3	10	4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	4	3	3	18
50	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10	5	4	3	3	3	18
51	4	4	4	12	3	5	5	13	4	4	5	13	4	4	5	4	4	21
52	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	15	3	5	3	3	4	18
53	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	4	4	3	17
54	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
55	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	4	4	23
56	4	3	3	10	3	5	5	13	5	3	4	12	4	4	4	3	3	18
57	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	4	4	21
58	4	4	4	12	3	4	4	11	5	4	4	13	4	4	4	3	3	18
59	5	5	5	15	4	5	5	14	5	4	5	14	4	4	4	4	4	20
60	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	5	13	3	4	3	4	2	16
61	3	3	2	8	2	3	3	8	3	3	4	10	4	4	4	3	3	18
62	4	4	4	12	4	5	4	13	2	3	4	9	4	4	4	3	4	19
63	5	4	5	14	4	4	3	11	4	2	3	9	4	5	3	3	2	17
64	4	4	4	12	5	4	2	11	3	3	4	10	4	4	4	3	4	19
65	3	4	3	10	4	4	4	12	4	3	4	11	5	4	3	3	3	18
66	3	4	3	10	5	3	4	12	3	4	5	12	4	4	3	5	5	21
67	4	4	5	13	4	4	3	11	4	3	3	10	3	4	3	5	5	20
68	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
69	4	4	3	11	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	3	3	18
70	4	4	2	10	3	4	4	11	4	2	4	10	4	5	4	3	3	19
71	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	4	4	4	21
72	4	4	2	10	4	5	4	13	3	5	4	12	5	4	4	3	3	19
73	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	11	4	3	3	3	3	16
74	4	4	3	11	2	3	3	8	5	4	4	13	4	4	4	3	3	18
75	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	4	3	3	18
76	4	3	2	9	3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	4	3	4	19
77	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	3	3	18
78	4	4	4	12	4	5	3	12	2	3	4	9	4	4	4	3	3	18
79	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	5	13	5	4	4	4	4	21
80	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	4	4	21
81	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	3	3	18
82	4	3	3	10	3	5	5	13	5	3	4	12	4	4	4	3	3	18
83	4	3	3	10	3	5	5	13	5	3	4	12	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	12	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	5	4	4	21
85	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	4	10	4	4	4	3	3	18
87	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	13	5	5	4	4	4	22
88	4	3	3	10	3	5	5	13	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20
89	4	4	3	11	3	5	3	11	4	4	4	12	4	4	4	3	3	18
90	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
91	5	4	4	13	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20
92	4	4	3	11	3	4	3	10	4	3	4	11	4	4	4	3	3	18
93	4	3	3	10	4	4	4	12	5	3	4	12	4	4	4	3	3	18
94	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20
95	4	3	3	10	3	5	5	13	5	3	4	12	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	4	4	5	22
97	4	4	3	11	4	5	5	14	5	2	5	12	5	4	4	4	5	22
98	4	4	4	12	4	5	4	13	5	3	4	12	4	4	4	5	5	22
99	4	4	4	12	4	5	5	14	5	3	4	12	4	5	4	3	4	20
100	4	3	3	10	3	5	5	13	5	3	4	12	4	4	4	3	4	19

Lampiran IV: Hasil Uji Validitas Variabel

1. Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.702**	.558**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.702**	1	.594**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.558**	.594**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.880**	.876**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Variabel Variasi Menu (X2)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL_X1
X2.1	Pearson Correlation	1	.577**	.480**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.577**	1	.730**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100

X2.3	Pearson Correlation	.480**	.730**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.803**	.900**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL_X1
X3.1	Pearson Correlation	1	.433**	.418**	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.433**	1	.537**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.418**	.537**	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.594**	.584**	.584**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson	1	.733**	.684**	.610**	.454**	.646**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson	.733**	1	.599**	.651**	.381**	.723**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson	.684**	.599**	1	.583**	.421**	.526**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson	.610**	.651**	.583**	1	.597**	.729**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson	.454**	.381**	.421**	.597**	1	.623**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100

TOTAL_Y	Pearson	.646**	.723**	.526**	.729**	.623**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran V: Hasil Uji Reabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.936	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	49.28	72.466	.736	.930
X1.2	49.32	74.159	.752	.930
X1.3	49.51	74.616	.630	.933
X2.1	49.48	73.181	.711	.931
X2.2	49.09	73.153	.710	.931
X2.3	49.32	73.311	.715	.931
X3.1	49.21	74.370	.595	.935
X3.2	49.48	75.303	.596	.934
X3.3	49.05	75.179	.746	.930
Y.1	49.24	74.023	.797	.929
Y.2	49.16	74.196	.748	.930
Y.3	49.24	74.184	.746	.930
Y.4	49.57	74.167	.715	.931
Y.5	49.48	76.515	.531	.936

Lampiran VI: Dokumentasi Riset



KEDAI SEPTIA
= KIS =

Happy Ice

▪ Capcin Ice	- - - -	5k
- Good Day		
- Torabika		
- DII		
▪ Es Jeruk	- - - -	5k
▪ Pop Ice	- - - -	4k
▪ Es Teh	- - - -	3k
▪ Es Sirup	- - - -	5k
- Marjan		
- ABC		
▪ Ekstrajos	- - - -	5k
▪ Kukubima	- - - -	5k
▪ Es Susu	- - - -	4k
▪ Minuman sashet	- - - -	2k
▪ Kopi hitam hangat	- - - -	3k
▪ Kopi susu hangat	- - - -	5k

KEDAI SEPTIA = KIS =

Happy Food

- Nasi Goreng - - - 11k
- Telur Ceplok
- Telur Dadar
- Ayam Suir + Telur rebus
- Ayam suir + Telur Ceplok - - - 13k
- Ayam Geprek - - - 12k
- + Nasi
- Ayam Geprek Limau Kuit - - - 13k
- + Nasi
- Ayam Chik-Chik - - - 12k
- + Nasi
- Ayam Soju - - - 15k
- + Nasi
- Nasgor + Ayam Geprek - - - 15k



KEDAI SEPTIA

= KIS =

Happy Snack

▪ Kentang Goreng Jumbo		
- Oroginal	-----	18k
- Susu Keju	-----	20k
- Balado	-----	18k
- Berbaqiu	-----	18k
- Jagung Bakar	-----	18k
- Jagung Manis	-----	18k
▪ Kentang Goreng Mini		
- Oroginal	-----	10k
- Susu Keju	-----	11k
- Balado	-----	10k
- Berbaqiu	-----	10k
- Jagung Bakar	-----	10k
- Jagung Manis	-----	10k
▪ Roti Bakar		
- Strawberry	-----	6k
- Anggur	-----	6k
- Nanas	-----	6k
▪ Tahu Krispi		
- Balado	-----	5k
- Berbaqiu	-----	5k
- Jagung Bakar	-----	5k
- Jagung Manis	-----	5k
▪ Tempe Tahu Tek	-----	6k
▪ Sosis Goreng	-----	5k
▪ Naget Goreng	-----	10k



Special Topping

+ BOBA	-----	3k
- Mangga		
- Apel		
- Coffe		
- Madu		
- Yoghurt		
- Strawberry		
+ Buble	-----	2k
+ Jelly	-----	1k
+ Coklat Serut	-----	2k
+ Cincau	-----	1k





KEDAI SEPTIA
= KIS =

Happy Juice

▪ Apel	-----	5k
▪ Anggur	-----	5k
▪ Naga	-----	5k
▪ Strawberry	-----	5k
▪ Mangga	-----	5k
▪ Melon	-----	5k
▪ Nangka	-----	5k
▪ Sirsak	-----	5k
▪ Pepaya	-----	5k
▪ Jeruk	-----	5k
▪ Alpukat	-----	7k
▪ Kurma	-----	5k

boba   bubble 

OUR MENU

RASA	MEDIUM	LARGE
▪ VANILA	8k	12k
▪ CHOCO MILO	9k	13k
▪ CHOCO OREO	9k	13k
▪ RED VELVET	8k	12k
▪ TIRAMISU	8k	12k
▪ CHOCO MAGNUM	9k	13k
▪ BROWNIS	8k	12k
▪ BENG BENG	8k	12k
▪ DARK CHOCOLATE	9k	12k
▪ COFFE CARAMEL	8k	12k
▪ MOCHACINNO	8k	12k
▪ CAPPUCINNO	8k	12k
▪ BLACK FOREST	8k	12k
▪ GREEN TEA	8k	12k
▪ BROWN SUGAR	9k	13k
▪ THAI TEA	8k	12k
▪ BUBBLE GUM	8k	12k
▪ TARO	8k	12k
▪ AVOCADO	8k	12k
▪ MANGO	8k	12k
▪ GRAPE	8k	12k
▪ DURIAN	8k	12k
▪ STRAWBERRY	8k	12k
▪ LYCHEE	8k	12k

Lampiran VII: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Jubaidah adalah Nama penulis skripsi ini.

Penulis lahir dari orang tua (*Alm*) H.Arbain dan (*Almh*)

Hj.Sumarni sebagai anak bungsu dari lima bersaudara.

Penulis dilahirkan di Desa Asam-asam, Kecamatan Jorong, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan pada 14 Mei 2001. Penulis menempuh Pendidikan TK Uswatun Hasanah 2005/2006, setelah itu melanjutkan Pendidikan MIN Tamban Baru Mekar 2015/2016, lalu MTs Miftahul Ulum 2018/2019, dan MA Da'wah Islamiyah 2018/2019, hingga akhirnya bisa menempuh Pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Selain itu penulis juga aktif di organisasi intra kampus yaitu UKM BD PSHT UIN Antasari Banjarmasin dari awal masuk sampai sekarang.

Lampiran VIII: Surat Penetapan dan Perubahan Judul



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434; 6777955 Banjarmasin 70235
 e-mail: febi@uin-antasari.ac.id website: www.febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 3366/Un.14/II.5/PP.00.9/09/2022

Setelah kami mempelajari dan diadakan perbaikan seperlunya atas rencana penelitian Saudara (i):

Nama : Jubaidah
 NIM : 190105010532
 Program Studi : S.1 / Ekonomi Syariah
 Judul : Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pembelian di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

Kami dapat menyetujui rencana penelitian (proposal) tersebut. Sebagai pembimbing kami tetapkan sebagai berikut:

Dosen Pembimbing Skripsi : Fahrudin, S.AB., M.E.

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan Dosen Pembimbing Skripsi guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 02 September 2022

an. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik dan
 Kelembagaan



Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si
 NIP. 19771031 200212 1 002

Tembusan:

1. Rektor UIN Antasari (sebagai laporan);
2. Dosen Pembimbing;
3. Mahasiswa (i) ybs;
4. Arsip.

Lampiran IX: Surat Penetapan Waktu Ujian Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 – 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin.antasari.ac.id

Banjarmasin, 28 Desember 2022

Nomor : B-1960/Un.14/III.5/BIRO.SKRIPTSI/PP.00.9/12/2022
Lampiran : Satu berkas
Hal : Penetapan Waktu Ujian
Proposal Skripsi

Kepada
Yth. Jubaidah / 190105010532
Mahasiswa/i Jurusan S1 Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan surat permohonan Saudara mengenai penetapan waktu ujian proposal skripsi, maka dengan ini ditetapkan Ujian Proposal Skripsi atas nama:

Nama / NIM	: Jubaidah / 190105010532
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Judul	: Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pembelian di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

pada:

Hari/Tanggal	: Jumat, 30 Desember 2022
Waktu	: 09.00 - 09.45
Tempat	: Ruang Seminar

dengan susunan tim pengujian sebagai berikut:

Penguji (Pembimbing)	: H. Fahrudin, BA., S.AB., M.E
Penguji (Eksternal)	: Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si.
Notulis	: Muhammad Qamaruddin, ME

Demikian surat penetapan ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Ketua Biro Skripsi

H. Badrian, M.Ag.

Tembusan:

- Yth. 1. Penguji (Pembimbing)
- 2. Penguji (Eksternal)
- 3. Notulis

-Arsip

Catatan:

Diharap pelaksanaan ujian tepat waktu untuk menghindari tertundanya ujian-ujian berikutnya

Lampiran X: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Ujian Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 – 6777955 Banjarmasin 70235
e-mail: febi@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website: www.febi.uin.antasari.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-2017/Un.14/III.5/PP.00.9/12/2022

Ketua Biro Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari, menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Jubaidah
NIM : 190105010532
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pembelian di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

telah melaksanakan ujian proposal skripsi pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 30 Desember 2022
Waktu : 09.00 - 09.45
Tempat : Ruang Seminar

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Penguji (Pembimbing) : H. Fahrudin, BA., S.AB., M.E
Penguji Eksternal : Dr. Zaki Mubarak, S.E., M.Si.
Notulis : Muhammad Qamaruddin, ME

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 30 Desember 2022

Ketua Biro Skripsi



H. Badrian, M.Ag.
19730717 199703 1 002

Lampiran XI: Surat Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan A. Yani Km. 4.5 Telp. (0511) 6783434 Banjarmasin 70235
 e-mail: febimal@uin-antasari.ac.id / website: www.febi.uin-antasari.ac.id

Nomor : B-926/Un.14/III.5/TL.00/03/2023

14 Maret 2023

Sifat : -

Lamp : 1 Berkas

Hal : Permohonan Izin Riset

Yth.

Pemilik Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan hormat. Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari menyampaikan permohonan untuk diberikan izin riset kepada :

Nama	: Jubaidah
NIM	: 190105010532
Tempat Tanggal Lahir	: Asam-Asam, 14 April 2001
Semester / Jurusan	: VIII / Ekonomi Syariah
Tahun Akademik	: 2022 / 2023
Alamat	: Desa Tamban Baru Tengah KM. 20 Kecamatan Tamban Catur Kab. Kapuas Kuala
Waktu Riset	: 15 Maret s.d 15 Mei 2023

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pembelian di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban** (sebagaimana proposal terlampir).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon agar kiranya berkenan membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan riset tersebut.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

A.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Zaki Mubarak

Lampiran XII: Surat Telah Melaksanakan Riset

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN RISET

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jubaidah
NIM : 190105010532
Semester/Jurusan : VIII / Ekonomi Syariah
Tempat, tanggal lahir : Asam-Asam, 14 April 2001
Alamat : Ds.Tamban Baru Tengah KM.20, Kec.Tamban Catur,
Kab.Kapuas Kuala, Prov.Kalimantan Tengah.

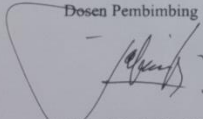
Dengan ini saya menyatakan bahwa Saya Benar-benar telah melakukan Penelitian / Riset, dengan judul Skripsi "Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pembelian di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban", Penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada Pembeli di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban yang dimulai pada tanggal 15 Maret s,d 15 Mei 2023 untuk melengkapi data penelitian saya tersebut.

Demikian surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika dikemudian hari pernyataan saya ini dinyatakan tidak benar, saya siap untuk menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.


Banjarmasin, 02 Juli 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing


H. Fahrudin, S. AB., M.E
NIP. 197901262006041002

Yang membuat Pernyataan,


Jubaidah
NIM. 190105010532

Lampiran XIII: Catatan Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663

e-mail: fekon@uin-antasari.ac.id febi@uin-antasari.ac.id website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : JUBAIDAH
NIM : 190105010532
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN.
Pembimbing : H. Fahrudin, S.AB.,M.E

CATATAN PEMBIMBING

- Bab II sub judul di ketemil dengan
urut mgs
- setiap bab harus di sisipkan sumber data
dan tabel mgs.

(Handwritten signature and date)
Fahrudin Fahrudin 2023

Catatan:

- a. Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I.
- b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235

Telepon (0511) 6777663

e-mail: febima@uin-antasari.ac.id/ febuinantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : JUBAIDAH
NIM : 190105010532
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN.
Pembimbing : H. Fahrudin, S.AB.,M.E

CATATAN PEMBIMBING

- Bab II yang di sampul ke entry kemudian teori saja.
- Bab III: - Populasi di sebut berapa?
- sampelnya juga sama?

12 Juni 2023,
Fahrudin

Catatan:

- a. Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I.
- b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663
e-mail: febimell@uin-antasari.ac.id / febimell@uin-antasari.ac.id / febimell@uin-antasari.ac.id website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : JUBAIDAH
NIM : 190105010532
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN.
Pembimbing : H. Fahrudin, S.AB.,M.E

CATATAN PEMBIMBING

- Definis operasional diperjelas ?
- Penelitian berdasarkan dengan konsep 1. Istinya.
(Pilih salah satunya antara Label & Brand).
- Bab II landasan teori (Sub judul yang akan dibahas di teori tes).

7 Januari 2023
Fahrudin

Catatan:

- a. Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I.
- b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235

Telepon (0511) 8777663

e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / feb.unantasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : JUBAIDAH
NIM : 190105010532
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN.
Pembimbing : H. Fahrudin, S.AB.,M.E

CATATAN PEMBIMBING

- Targetkan ke level dipekerjaan (pekerjaan).
- Bab II. di sebutkan permasalahannya.
- Targetkan moneter untuk pembelanjaan dipekerjaan.
- Tabel di sebutkan sumber data & kuesioner.

H. Fahrudin
14 Juni 2023

Catatan:

- a. Setiap Konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I.
- b. Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 6777663

e-mail: febimel@uin-antasari.ac.id / febimel@uin-antasari@gmail.com website: www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : JUBAIDAH
NIM : 190105010532
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN.
Pembimbing : H. Fahrudin, S.AB.,M.E

CATATAN PEMBIMBING

Bab III : Isak 35 Hg sumber data :
a. Responden
b. Dokumentasi (ketasangan yg/Isi nya benar?)
- Iskan just my bisa di dibagikan ke Tim Pengaji
Skripsi (di ubah).
Bj - 24 Mei 2023

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235

Telepon (0511) 8777663

e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com website www.febi.uin-antasari.ac.id

CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : JUBAIDAH
NIM : 190105010532
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN DI KEDAI ICE SEPTIA (KIS) TAMBAN.
Pembimbing : H. Fahrudin, S.AB.,M.E

CATATAN PEMBIMBING

*— Carjeth / Disulkan ke Tim Penguji
Skripsi*

*By 22 Juni 2023
Fah*

Catatan:

- Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I.
- Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).

Lampiran XIV: Surat Keterangan Plagiasi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id / febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 128/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/06/2023

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama : JUBAIDAH
NIM : 190105010532
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pembelian Di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 20%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 13 Juni 2023
Ketua Jurusan



Rohana Faridah