

**ANALISIS TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP
HASIL OLAHAN SUSU PASTEURISASI DI RUMAH SUSU
KOTA PADANG PANJANG**

SKRIPSI

Oleh:

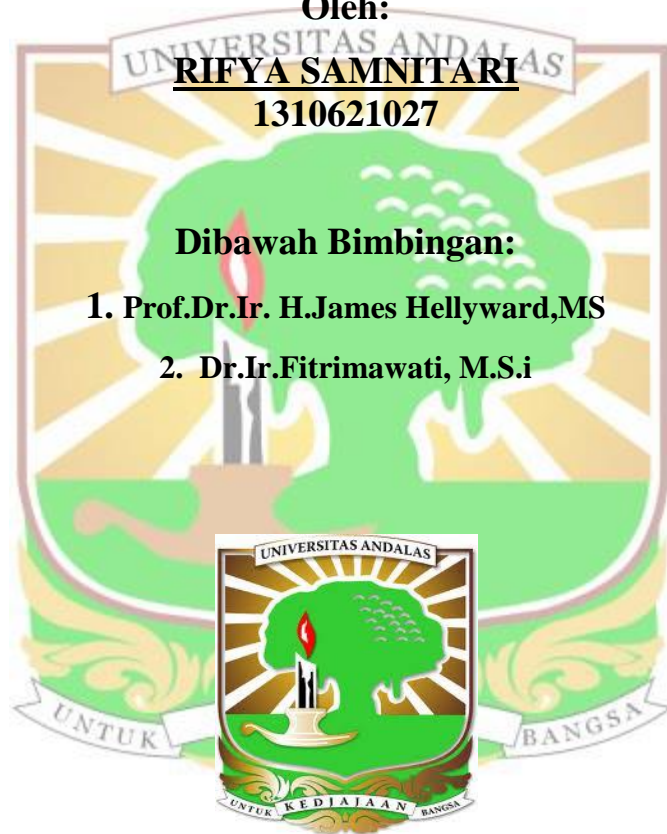
RIFYA SAMNITARI

1310621027

Dibawah Bimbingan:

1. Prof.Dr.Ir. H.James Hellyward,MS

2. Dr.Ir.Fitrimawati, M.S.i



**FAKULTAS PETERNAKAN
KAMPUS II PAYAKUMBUH
UNIVERSITAS ANDALAS
2018**

**ANALISIS TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP
HASIL OLAHAN SUSU PASTEURISASI DI RUMAH SUSU
KOTA PADANG PANJANG**

SKRIPSI



Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana peternakan

**FAKULTAS PETERNAKAN
KAMPUS II PAYAKUMBUH
UNIVERSITAS ANDALAS
2018**

ANALISIS TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP HASIL OLAHAH SUSU PASTEURISASI DI RUMAH SUSU KOTA PADANG PANJANG

Rifya Samnitari, dibawah bimbingan

Prof.Dr.Ir. H.James Hellyward,MS dan Dr.Ir.Fitrimawati, M.S.i

Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan (PNBP) Fakultas Peternakan Universitas
Andalas Kampus II Payakumbuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik demografi konsumen, tingkat loyalitas konsumen, dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen susu pasteurisasi di rumah susu kota Padang Panjang. Metode penelitian metode studi kasus. Penelitian dilakukan selama satu bulan mulai dari 30 Agustus - 28 September 2017. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif kualitatif, analisis tingkat loyalitas konsumen menggunakan piramida loyalitas, dan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dan *Partial Least Square* (Smart PLS). Dari hasil penelitian di peroleh bahwa karakteristik demografi konsumen yang membeli susu pasteurisasi di rumah susu Kota Padang Panjang adalah berusia dewasa (63%), mayoritas laki-laki sebanyak (53%), dengan tingkat pendidikan terakhir perguruan tinggi sebesar (44%), dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak (38%), dengan penghasilan tinggi sebanyak (53%), dan bertempat tinggal luar Kota Padang Panjang yaitu sebanyak (70%). Tingkat loyalitas konsumen pada penelitian ini yaitu loyal (Committed buyer) sebesar (32%). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pada penelitian ini adalah harga produk dan kualitas produk. Harga produk (P Values $< 0,01$) terhadap loyalitas konsumen dengan nilai T statistik 3,337 nilai ini lebih besar dari 1,96 Nilai Original Sample Estimate adalah -0,391 dengan tanda koefisien adalah negatif, Hal ini bermakna bahwa semakin sesuai harga susu pasteurisasi dengan produk yang diberikan, semakin tidak berbeda harga dengan susu pasteurisasi lain dan semakin terjangkau, maka konsumen akan selalu membeli susu pasteurisasi di rumah susu kota Padang Panjang. Kualitas produk berpengaruh signifikan (P Values $< 0,01$) terhadap loyalitas konsumen dengan nilai T statistik 3,358 besar dari 1,96 dan nilai Original Sample Estimate adalah -0,415 dengan tanda koefisien adalah negatif. Hal ini bermakna bahwa semakin enak rasa susu pasteurisasi, semakin tidak berbau amis, semakin berwarna bagus (tidak mencolok) dan semakin higienis susu pasteurisasi di rumah susu kota Padang Panjang ini maka konsumen semakin akan membeli susu pasteurisasi dirumah susu kota Padang Panjang.

Kata Kunci: *Tingkat Loyalitas Konsumen, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen, Rumah Susu Kota Padang Panjang.*

