

**ANALISIS KUALITAS, KEPUASAN, DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA SATE  
MAK SYUKUR DI KOTA PADANG PANJANG**

**SKRIPSI**

*(Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas)*

Diajukan Oleh:

**AFANIN HEZARPILI**

**1410552009**



**Pembimbing :**

**FAISAL ALI AHMAD, SP., Msi**


**197905132006041014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**KAMPUS II PAYAKUMBUH**

**2019**

	No. Alumni Universitas	<b>Afanin Hezarpili</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/tgl lahir: Bukittinggi/12 Juni 1996 b) Nama Orang Tua: Hajizar dan (almh) Heni Gustina c) Fakultas: Ekonomi Kampus II Payakumbuh d) Jurusan: Manajemen e) No. Bp: 1410552009 f) Tanggal Lulus: 02 Oktober 2019 g) Predikat Lulus: Memuaskan h) IPK: 3,16 i) Lama Studi: 5 tahun 2 bulan h) Alamat Orang Tua: Jl. RPH No.25, Kel. Silaing Bawah, Kec. Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang		

**Analisis Kualitas, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang**

*Skripsi oleh Afanin Hezarpili  
Pembimbing : Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si.*

**ABSTRAK**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh 1) kualitas yang diharapkan terhadap persepsi kualitas, 2) kualitas yang diharapkan terhadap persepsi nilai, 3) persepsi kualitas terhadap persepsi nilai, 4) persepsi kualitas terhadap kepuasan konsumen, 5) kualitas yang diharapkan terhadap kepuasan konsumen, 6) persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen, dan 7) kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Sate Mak Syukur di Kota Padang Panjang. Ukuran sampel adalah 114 responden, dan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Data primer didapatkan dengan menyebarkan 114 kuisioner kepada responden. Analisis data menggunakan SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Squares*). Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh signifikan antara persepsi kualitas, dan persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen, serta adanya pengaruh signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas yang Diharapkan, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

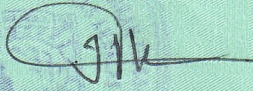
Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 02 Oktober 2019. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Faisal Ali Ahmad, SP., M.Si NIP:197905132006041014	Fatma Poni Mardiah, SE., MSM NIP:198605242019032013	Devi Yulia Rahmi, SE., Msc NIP:199307282019032017

Mengetahui,

Koordinator  
Kampus II Payakumbuh

**Lukman, SE., MSi**  
NIP. 196411231993031003

  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

	Fakultas/Universitas	
Nomor Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda Tangan:
Nomor Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: