

**STUDI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
DALAM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING
DI UKM RENDANG KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana
di Jurusan Teknik Industri Universitas Andalas*

Oleh:

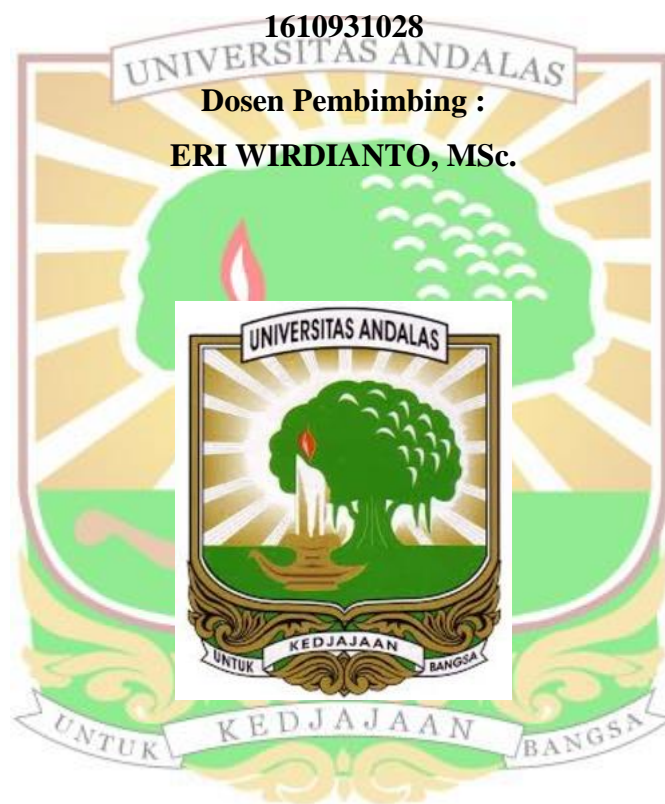
INTANNIYA SARI PUTRI RAMADHANY

1610931028

UNIVERSITAS ANDALAS

Dosen Pembimbing :

ERI WIRDIANTO, MSc.



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

Perkembangan usaha kuliner khas rendang saat ini berkembang sangat pesat. Pelanggan akan memilih produk yang memberikan layanan dan kualitas yang baik dan membuatnya puas. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat perlu diperhatikan untuk berbagai organisasi perusahaan dalam membangun keunggulan kompetitif. Membangun keunggulan kompetitif mencakup memahami kebutuhan pasar (pelanggan) dan menyusun strategi untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia (atau dapat diperoleh) untuk dapat bersaing. Industri makanan adalah salah satu sektor yang mempengaruhi perekonomian dan salah satu yang berkembang pesat secara global. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi industri makanan. Di sisi lain, layanan pelanggan dapat dianggap sebagai elemen bawaan dari produk industri.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu SEM-PLS dengan bantuan software SmartPLS. Pada software dilakukan untuk menguji outer model (model pengukuran) dan inner model (model struktural) yang digunakan pada penelitian ini. Pengujian model pengukuran terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas yang terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Pada validitas konvergen terdapat satu indikator yang berada dibawah batas nilai outer loadingnya, nilai yang berada dibawah tersebut dihapus dan dilakukan estimasi ulang pada nilai outer loading yang tidak dihapus. Setelah melakukan estimasi ulang pada validitas konvergen, semua nilai yang diperoleh berada diatas batas nilai outer loading dan dapat dikatakan valid. Pada validitas diskriminan dapat dikatakan valid apabila nilai suatu konstruk yang lebih tinggi dari konstruk lainnya. Pada penelitian ini diperoleh nilai masing-masing konstruk yang lebih tinggi daripada nilai konstruk lainnya, maka untuk uji validitas diskriminan dapat dikatakan valid. Begitu juga pada uji reliabilitas pada penelitian ini diperoleh hasil nilai R-square 0,877 dan 0,744, artinya variabel loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan variabel kualitas layanan dan kualitas produk dengan persentase 87,7% dan 74,4% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis yang diperoleh menunjukkan bahwa semua nilai t-statistik dari masing-masing indikator lebih besar dari 1,987, sehingga hipotesis dapat diterima bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, SEM-PLS.*

ABSTRACT

The development of rendang culinary business is currently growing very rapidly. Customers will choose products that provide good service and quality and make them satisfied. Therefore, companies must have a competitive advantage to meet customer needs. Customer satisfaction and loyalty are very important for various corporate organizations in building competitive advantage. Building a competitive advantage involves understanding the needs of the market (customers) and developing strategies to utilize available (or obtainable) resources to be able to compete. The food industry is one of the sectors that affect the economy and one that is growing rapidly globally. Customer satisfaction is the key in creating customer loyalty. Customer satisfaction and loyalty are the most important factors affecting the food industry. On the other hand, customer service can be considered as an innate element of industrial products.

The method used in this research is SEM-PLS with the help of SmartPLS software. The software is carried out to test the outer model (measurement model) and inner model (structural model) used in this study. Testing the measurement model consists of a validity test and a reliability test. Validity test consisting of convergent validity and discriminant validity. In convergent validity, there is one indicator that is below the outer loading value limit, the value below is deleted and re-estimated on the outer loading value that is not deleted. After re-estimating the convergent validity, all values obtained are above the outer loading value limit and can be said to be valid. Discriminant validity can be said to be valid if the value of a construct is higher than other constructs. In this study, the value of each construct is higher than the value of the other constructs, so the discriminant validity test can be said to be valid. Likewise, the reliability test in this study obtained the results of R-square values of 0.877 and 0.744, meaning that the variables of customer loyalty and customer satisfaction can explain the service quality and product quality variables with percentages of 87.7% and 74.4% while the rest is explained by other variables. which were not investigated in this study. The results of hypothesis testing obtained show that all t-statistical values of each indicator are greater than 1.987, so the hypothesis can be accepted that service quality affects customer satisfaction, product quality affects customer satisfaction, and customer satisfaction affects customer loyalty.

Keywords: Service quality, product quality, customer satisfaction, customer loyalty, SEM-PLS.