



**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
RUMAH KUE VIERA PEKANBARU**

SKRIPSI

OLEH

EGA PRAYOGA

11970124880



UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2023

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
RUMAH KUE VIERA PEKANBARU**

SKRIPSI

Dijadikan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH

EGA PRAYOGA

11970124880



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2023**


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



NAMA : EGA PRAYOGA
NIM : 11970124880
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
SEMESTER : IX (SEMBILAN)
JUDUL : PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH KUE VIERA PEKANBARU
TANGGAL UJIAN : 16 OKTOBER 2023

**DISETUJUI OLEH
PEMBIMBING**


Dr. Jhina, SE, M.Si
NIP.19730722 199903 2 001

MENGETAHUI :

DEKAN



Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM
NIP.19700826 199903 2 001

**KETUA PRODI
S1 MANAJEMEN**


Astuti Melinda, SE, MM
NIP.19720513 200701 2 018

UIN SUSKA RIAU

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ega Prayoga
NIM : 11970124880
Jurusan : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Makanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Kue Viera Pekanbaru
Tanggal Ujian : 16 Oktober 2023

Tim Penguji

Ketua
Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si

Penguji I
Irien Violinda Anggriani, SE, M.Si

Penguji II
Ainun Mardiah, SE, M.M

Sekretaris
Zikri Aidilla Syarti, S.E, M.Ak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2023

Tanggal : 08 September 2023

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : EGA PRAYOGA
 NIM : 11970124880
 Tempat/Tgl. Lahir : TELUK NAYANG/15 JUNI 2001
 Fakultas/Pascasarjana : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 Prodi : SI MANAJEMEN
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LOKASI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH KUE VIERA PEKANBARU

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 08. September 2023

Yang membuat pernyataan Materai



...EGA PRAYOGA...
 NIM : 11970124880

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
RUMAH KUE VIERA PEKANBARU**

**EGA PRAYOGA
11970124880**

Loyalitas pelanggan merupakan kunci utama bagi setiap perusahaan apa lagi yang bergerak dibidang makanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas makanan di Rumah Kue Viera Pekanbaru terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian bersifat deskriptif kuantitatif. Populasi masyarakat kota pekanbaru yang pernah membeli di Rumah Kue Viera Pekanbaru. Sehingga ditentukan sampel menggunakan metode purposive sampling sebanyak 120 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu statistik SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, selanjutnya secara simultan kualitas makanan dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru. Adapun besaran pengaruh kualitas makanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 55,9% dan sisanya 64,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan disini dari hasil responden kualitas makanan memang karena viera memproduksi produknya dengan nama sendiri.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

***THE EFFECT OF FOOD QUALITY AND LOCATION ON CUSTOMER
LOYALTY AT VIERA CAKE HOUSE PEKANBARU***

**EGA PRAYOGA
11970124880**

Customer loyalty is the main key for every company, especially those operating in the food sector. The aim of this research is to determine the magnitude of the influence of food quality at the Viera Pekanbaru Cake House on customer loyalty. This type of research is descriptive quantitative. Population of the Pekanbaru city community who have purchased at the Viera Pekanbaru Cake House. So the sample was determined using a purposive sampling method of 120 respondents. The data analysis used is multiple linear regression analysis with SPSS 23 statistical tools. The results of the research show that partially food quality has a positive and significant effect on customer loyalty, location has a positive and significant effect on customer loyalty, then simultaneously food quality and location have an influence which is significant for customer loyalty at Viera Pekanbaru Cake House. The magnitude of the influence of food quality and location on customer loyalty is 55.9% and the remaining 64.1% is influenced by variables not examined in this research. The findings here from the respondents' results of food quality are indeed because Viera produces its products under its own name.

Keywords: *Food Quality, Location and Customer Loyalty*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



AssalamualaikumWr. Wb

Alhamdulillahrabbi'l'amin, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Makanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Kue Viera Pekanbaru”**. Skripsi ini ditulis dan diajukan dengan maksud untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana sastra – 1 diprogram Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT dan semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan tesis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan memberikan nasihat dan bantuan. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda tercinta Alm. Sastro dan Ibunda tercinta Saripah Aini, yang tidak henti-hentinya mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.

Terimakasih kepada lelek, ibuk, dan adik-adik yaitu Nasrul, S.P, Devy Snyanica, S.kom, Wahyu Agung Pranata, Liwa Sanjaya, dan elsi Oktavia yang tidak pernah berhenti menyemangati, mendoakan, dan mendukung penuh penulis. Terima kasih juga kepada keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Dan tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa hormat kepada:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Bapak prof. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE,MM selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. kamarrudin, S.Sos selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M Hum selaku wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta selaku Dosen Pembimbing Proposal dan Skripsi yang telah banyak membantu dan mengarahkan, membimbing dengan penuh kesabaran dan keihklasan serta memberikan saran kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Ibu Zulhaida, SE, MM selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan untuk menggapai cita-cita.
10. Keluarga besar Manajemen, khususnya manajemen A, dan Manajemen Pemasaran A angkatan 2019 yang telah banyak memberikan saran kepada penulis selama belajar di bangku perkuliahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Serta yang terakhir penulis sangat mengucapkan banyak terimakasih kepada diri sendiri yang telah berjuang sejauh ini dengan penuh semangat dan menyelesaikannya sampai tamat.

Penulis berharap semoga Allah SWT membalas semua bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis dan semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca sekalian. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki beberapa kesalahan, kekurangan, dan keterbatasan, baik dari segi pemikiran maupun substansi. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran atas tesis ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pembaca dan berharap semoga tesis ini bermanfaat.

Aamiin Ya rabbal'alamin.....

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Pekanbaru, 15 Juli 2023

Penulis

EGA PRAYOGA
NIM. 11970124880

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian pemasaran	11
2.1.2 Fungsi Pemasaran	12
2.2 Manajemen Pemasaran	12
2.3 Loyalitas Pelanggan	13
2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	13
2.3.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	14
2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	14
2.3.4 Cara Menciptakan Loyalitas Pelanggan	16
2.4 Kualitas Makanan	17
2.4.1 Pengertian Kualitas Makanan	17
2.4.2 Indikator Kualitas Makanan	18
2.4.3 Dimensi Kualitas Makanan	19
2.4.4 Ciri-Ciri Mutu Makanan	20
2.5 Lokasi	21
2.5.1 Pengertian Lokasi	21
2.5.2 Indikator Lokasi	22
2.5.3 Syarat Lokasi	23
2.5.4 Tipe – tipe Lokasi	23
2.6 Pengaruh Antar Variabel	24
2.6.1 Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.7 Pandangan Islam	25
2.7.1 Pandangan Islam Tentang Loyalitas Pelanggan	25
2.7.2 Pandangan Islam Tentang Kualitas Makanan	27
2.7.3 Pandangan Islam Tentang Lokasi	28
2.8 Penelitian Terdahulu	29
2.9 Kerangka Pemikiran	32
2.10 Konsep Operasional Variabel Penelitian	34
2.11 Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	37
3.2 Jenis Dan Sumber Data	37
3.2.1 Jenis Data	37
3.2.2 Sumber Data	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Skala Pengukuran Data	38
3.5 Populasi dan Sampel	38
3.5.1 Populasi	38
3.5.2 Sampel	39
3.6 Metode Analisis Data	40
3.7 Uji Kualitas Data	41
3.7.1 Uji Validitas	41
3.7.2 Uji Reliabilitas	41
3.8 Uji Asumsi Klasik	42
3.8.1 Uji Normalitas	42
3.8.2 Uji Multikolinieritas	42
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.8.4 Uji Autokorelasi	43
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda (RLB)	44
3.10 Uji Hipotesis	45
3.10.1 Uji t (Parsial)	45
3.10.2 Uji F (Simultan)	45
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Rumah Kue Viera	47
4.2 Visi Rumah Kue Viera	48
4.3 Struktur Organisasi	49

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Karakteristik Responden	52
5.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
5.1.2	Responden Berdasarkan Usia	52
5.1.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
5.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
5.1.5	Responden Berdasarkan Pendapatan	55
5.1.6	Responden Sudah Berapa kali Membeli di Rumah Kue Viera Pekanbaru	55
5.2	Deskripsi Variabel Penelitian	56
5.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Makanan	56
5.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Lokasi	58
5.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	58
5.3	Uji Kualitas Data	59
5.3.1	Uji Validitas.....	59
5.3.2	Uji Reliabilitas.....	60
5.4	Uji Asumsi Klasik	61
5.4.1	Uji Normalitas	61
5.4.2	Uji Multikolinearitas	62
5.4.3	Uji Heteroskedastisitas	63
5.4.4	Uji Autokorelasi	64
5.5	Analisis Regresi Linear Berganda	65
5.6	Uji Hipotesis	67
5.6.1	Uji Parsial (Uji T)	67
5.6.2	Uji Simultan (Uji F)	68
5.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
5.8	Pembahasan dan Hasil Penelitian	71
5.8.1	Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru	71
5.8.2	Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru	71
5.8.3	Pengaruh Kualitas Makanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru	72

BAB VI PENUTUP

6.1	Kesimpulan	73
6.2	Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah penjualan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru tahun 2017 – 2021	5
Tabel 1.2 Jenis-jenis produk yang dijual di Rumah Kue Viera	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel	35
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 5.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Pendapatan	55
Tabel 5.6 Responden Berdasarkan Sudah Berapa kali Memebeli di Rumah Kue Viera Pekanbaru	56
Tabel 5.7 Responden Terhadap Variabel Kualitas Makanan	56
Tabel 5.8 Responden Terhadap Variabel Lokasi	58
Tabel 5.9 Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	58
Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 5.11 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 5.12 Normalitas One-Sample <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	62
Tabel 5.13 Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 5.14 Hasil Uji Autokorelasi	65
Tabel 5.15 Hasil Analisis Regresi Berganda	66
Tabel 5.16 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	68
Tabel 5.17 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	69
Tabel 5.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Kue Viera Pekanbaru	49
Gambar 5.1 Uji Heteroskedastisitas	64



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Industri makanan yaitu salah satu industri dengan permintaan tertinggi di kalangan pengusaha di era globalisasi saat ini. Makanan tidak hanya menjadi kebutuhan pokok atau kebutuhan utama bagi setiap orang, tetapi juga mendatangkan banyak uang. Karena banyaknya orang yang bersaing untuk industri makanan saat ini, industri kuliner menjadi industri yang cukup inovatif dan prospektif dalam pengelolaannya. Para pengusaha kini telah melakukan berbagai macam modifikasi dan kreasi, mulai dari makanan tradisional hingga makanan modern.

Kualitas dapat ditemukan dalam produk makanan serta produk dan layanan. Mereka yang berkunjung untuk makan tidak diragukan lagi ingin membeli makanan berkualitas tinggi. **(Kotler dan Keller, 2016)** kapasitas suatu produk untuk memenuhi komitmen konsumen adalah kualitas yang menentukan. Menurut **Buchory dan Saladin dalam (Winarsih & Mandey, 2022)** kualitas makanan sangat mempengaruhi pembelian pelanggan oleh karena itu didapatkan simpulan dengan meningkatnya kualitas makanan, maka akan meningkatkan pengeluaran konsumen.

Untuk membangun suatu usaha perlu diperhatikan penentuan lokasi atau tempat dimana usaha kita akan dibangun. Dalam memilih lokasi kita juga tidak bisa sembarangan dalam arti kata kita juga harus memikirkan untuk perkembangan kedepannya nanti baik itu masalah keamanan dan juga kenyamanan tentunya.

karena penentuan lokasi pada usaha bisnis yaitu hal yang sangat penting yang sering di perhatikan oleh para konsumen dan pelanggan yang akan berbelanja di toko kita. istilah "lokasi" mengacu pada berbagai inisiatif pemasaran yang bertujuan untuk memudahkan produsen dalam mendistribusikan produknya kepada pelanggan (Tjiptono dan Diana, 2015). Hal ini merupakan salah satu cara atau langkah untuk meningkatkan minat pelanggan dalam membeli suatu produk karena lokasi menjadi salah satu hal yang diperhitungkan dalam memilih produk dan berbelanja di toko kita hingga mereka merasa puas dan tidak berpindah ke lain hati sehingga menciptakan pelanggan yang loyal. Untuk menciptakan pelanggan yang loyal kita juga harus memperhatikan poin-poin penting didalam bisnis usaha yang kita miliki agar pelanggan yang telah kita punya tidak berpindah dan lari ke toko yang lain.

Menurut (Kotler dan Keller, 2018) yaitu komitmen yang dipegang teguh untuk terus menggunakan atau mendukung produk atau layanan yang dipilih di masa depan, meskipun faktor eksternal seperti situasi dan kampanye pemasaran mungkin menggoda pelanggan untuk pindah. Sedangkan loyalitas konsumen, seperti yang didefinisikan oleh (Sangadji et al., 2013) yaitu dedikasi pelanggan terhadap suatu merek toko atau pemasok yang dilandasi oleh sikap yang sangat baik dan diwujudkan dalam pembelian ulang secara teratur.

Ada beberapa cara untuk mengukur loyalitas pelanggan diantaranya yaitu yang pertama yaitu pembelian berulang, maksudnya yaitu konsumen yang membeli suatu produk tersebut lebih dari satu kali.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selanjutnya yang kedua, kebiasaan mengkonsumsi produk tersebut, maksudnya yaitu perusahaan tersebut memiliki ciri khas sehingga setiap orang yang berbelanja selalu ingin kembali membeli produk tersebut. Kemudian tetap memilih produk tersebut, maksudnya ketika konsumen mengkonsumsi produk itu lalu konsumen merasakan puas, dan konsumen pun tidak berniat berpindah ke lain lagi atau bahkan tidak ingin berpindah ke merek lain.

Setelah mengetahui beberapa pendapat para ahli mengenai loyalitas pelanggan, kita dapat melihat bahwa secara umum, sikap loyalitas pelanggan tidak akan tercipta kecuali jika mereka telah melakukan pembelian. Jika dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas dengan produk atau jasa yang diberikan, maka pada intinya seorang pelanggan yang puas akan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Loyalitas merupakan sebuah komitmen atau kesetiaan dari konsumen.

Dalam hal ini usaha rumah kue viera yaitu pusat oleh-oleh yang lokasinya di Pekanbaru, yang awalnya rumah kue viera ini beroperasi hanya di rumah saja pada tahun 2015 dan mulai membangun roko nya untuk yang pertama pada awal tahun 2017 di jl. Bina Widya, No.2 simpang baru, kec.tampen, kota Pekanbaru, lalu pada tahun 2019 membangun cabang yang lokasinya di jl. Jendral Sudirman, dekat di sebrang Rumah Sakit awal Bros atau disamping kantor gojek Pekanbaru.

Awalnya Rumah Kue Viera ini hanya menyediakan kulineran saja pada tahun 2021 akhir Desember Rumah Kue Viera ini mulai menyediakan Souvenir. adapun perkembangan dan penghambat yang terjadi pada rumah kue viera ini yaitu terletak pada prilakau konsumennya yang berubah-ubah, lalu ada sumber

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

daya manusia yang masih kurang, dan tempat produksinya, yang awalnya di rumah sekarang sudah memiliki tempat yang cukup terbilang nyaman, dan untuk rukenya sendiri mungkin masih terbilang kecil dengan memiliki 2 (dua) cabang ini tetapi kendalanya disini bukan tidak ingin memperbesar rukenya tetapi karena keterbatasan lahan itu yang menjadi penghambat pembangunan rukenya yang lebih besar, dan untuk rencana 5 tahun kedepan nanti viera ingin menjadi satu-satunya pilihan kuliner Pekanbaru nomor 1 yang selalu diingat dalam pikiran konsumen bahkan tidak hanya didalam kota tetapi juga keluar kota-kota besar lainnya.

Maka dari itu berdasarkan Observasi yang dilakukan pada tanggal 19 November 2022 oleh penulis pada beberapa Pelanggan rumah kue viera Pekanbaru. Sebagian pelanggan memilih rumah kue viera ini alasannya karena rumah kue viera ini yaitu pelopor oleh-oleh nomor 1 makanan Khas Pekanbaru yaitu yang di kenal dengan Ketan Talam Durian nya yang sangat Hits hingga saat ini bahkan namanya cukup familiar namanya di telinga para masyarakat Pekanbaru maupun masyarakat luar Pekanbaru, dan berdasarkan hasil dari wawancara pada tanggal 24 oktober 2023 mengenai loyalitas pelanggan menyatakan bahwa rata-rata orang yang berbelanja di rumah kue viera ini adalah merupakan pelanggan yang tetap.

Berikut ini yaitu sumber data jumlah penjualan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru pada 5 tahun terakhir, pada tahun 2017-2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1 : Jumlah penjualan produk makanan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru tahun 2017 – 2021

Tahun	Jumlah Penjualan per (Unit)
2017	14.652
2018	17.400
2019	27.900
2020	20.600
2021	44.160

Sumber : Rumah Kue Viera Pekanbaru, 2023

Dari table 1.1 di atas ini merupakan jumlah penjualan yang ada di Rumah Kue Viera pekanbaru pada 5 tahun terakhir, dan dapat kita lihat bahwa penjualan pada Rumah Kue Viera ini setiap tahunnya mengalami peningkatan dalam memproduksi setiap unit nya.

Selanjutnya dibawah ini ada table 1.2 yaitu daftar menu dan harga yang ada di Rumah Kue Viera Pekanbaru yang di produksi mereka setiap harinya.

Tabel 1.2 : Jenis-jenis produk yang dijual di Rumah Kue Viera

No	Jenis Produk	Harga
1.	Brownis Panggang Lumer	Rp. 61.000
2.	Brownis Lapis Durian	Rp. 71.000
3.	Brownis Lapis Pandan	Rp. 49.000
4.	Brownis Lapis Mocca	Rp. 61.000
5.	Brownis Blackforest	Rp. 61.000
6.	Brownis Leleh	Rp. 55.000
7.	Brownis Potong	Rp. 61.000
8.	Brownis panggang Almond	Rp. 61.000
9.	Brownis Pisang Coklat	Rp. 61.000
10.	Pie Brownis	Rp. 49.000
11.	Brownis Ketan Hitam	Rp. 49.000
12.	Brownis Donat Mini	Rp. 49.000
13.	Brownis Donat Mini	Rp. 49.000
14.	Den Gun Kripik Keju	Rp. 50.000
15.	Bolu Mini	Rp. 20.000

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

16.	Bolu Gulung Durian	Rp. 71.000
17.	Bolu Gulung Nanas	Rp. 71.000
18.	Bolu Double Coklat	Rp. 71.000
19.	Bolu Gulung Mocca Ceres	Rp. 71.000
20.	Bolu Pandan Keju	Rp. 71.000
21.	Bolu Gulung Kacang	Rp. 71.000
22.	Bolu Ketan Talam Hitam	Rp. 71.000
23.	Bolu Gulung Red Velvet	Rp. 71.000
24.	Bolu Taro	Rp. 71.000
25.	Cake Pisang	Rp. 49.000
26.	Cake Tape Keju	Rp. 49.000
27.	Sakura Cake	Rp. 49.000
28.	Rainbow Cake	Rp. 55.000
29.	Mamo Cake	Rp. 49.000
30.	Bolen Pisang	Rp. 49.000
31.	Mochi Mix	Rp. 55.000
32.	Bolu Lapis Caramel	Rp. 49.000
33.	Bolu Ketan Hitam	Rp. 74.000
34.	Bolu Pandan Jadoel	Rp. 74.000
35.	Bolu Pandan Lapis Ketan	Rp. 61.000
36.	Berondong banana Milk	Rp. 61.000
37.	Cake Sukade Besar	Rp. 74.000
38.	Bingka Durian	Rp. 55.000
39.	Bika Ubi	Rp. 49.000
40.	Bika Pulut	Rp. 49.000
41.	Bika Ambon Loyang	Rp. 107.000
42.	Bingka Pandan	Rp. 43.000
43.	Roti Abon	Rp. 13.000
44.	Roti O	Rp. 10.000
45.	Roti Mini Ceres	Rp. 10.000
46.	Kue Bangkit Keju	Rp. 47.000
47.	Kue Bangkit pandan	Rp. 47.000
48.	Nutella Food	Rp. 74.000
49.	Almond Cookies	Rp. 68.000
50.	Nastar Bulat	Rp. 104.000
51.	Cireng Salju	Rp. 31.000
52.	Pancake Durian	Rp. 61.000
53.	Lumpia Ayam	Rp. 49.000
54.	Pastel Frozen Ori	Rp. 44.000
55.	Es Buah	Rp. 15.000
56.	Es Mangga	Rp. 18.000
57.	Es Kelapa Jeruk	Rp. 18.000

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Jenis Produk	Harga
58.	Leton Iced Milk Coffee	Rp. 22.000
59.	Kopi Gula Aren	Rp. 25.000
60.	Hazelnut Latte	Rp. 25.000
61.	Sunkist	Rp. 13.000
62.	Kripik Ubi	Rp. 31.000
63.	Baby Macaron	Rp. 61.000
64.	Peyek Teri	Rp. 37.000
65.	Dimsum	Rp. 80.000
66.	Salad	Rp. 43.000
67.	Stik Keju	Rp. 84.000
68.	Dessert Oreo	Rp. 20.000
69.	Dessert Rusian	Rp. 19.000
70.	Dessert Strawberry	Rp. 19.000

Sumber : Rumah Kue Viera Pekanbaru, 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Rumah Kue Viera mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun yang berpengaruh pada pendapatan perusahaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki rencana pemasaran yang salah satu tujuannya yaitu membangun basis pelanggan yang loyal terhadap Rumah Kue Viera Pekanbaru dengan menjaga kualitas masakan yang mereka sediakan dan menempatkan lokasi yang strategis.

Fenomena inilah yang melatarbelakangi penelitian sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Makanan dan Lokasi.

Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut di atas, penulis mengambil judul:

“PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LOKASI TERHADAP Loyalitas Pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.1 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya, oleh karenanya bisa ditarik simpulan tentang rumusan masalah untuk penelitian yang dilakukan, yakni:

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh secara persial terhadap loyalitas pelanggan pada rumah kue viera pekanbaru?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara persial terhadap loyalitas pelanggan pada rumah kue viera pekanbaru?
3. Apakah kualitas makanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah kue viera pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar permasalahan tersebut, sehingga penelitian yang dilaksanakan memiliki tujuan sebagai berikut ini:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada rumah kue viera pekanbaru
2. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada rumah kue viera pekanbaru
3. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada rumah kue viera pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Menerapkan informasi yang penulis pelajari selama masa perkuliahan dan mengembangkan pemahaman serta keahlian penulis di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas makanan, lokasi, dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Akademis

Dapat digunakan sebagai kontribusi atau sumber untuk penelitian tambahan mengenai bauran pemasaran untuk tujuan akademis.

3. Bagi Pemilik Usaha

Peritel (pemilik bisnis) dapat memanfaatkan studi ini sebagai sumber informasi untuk membantu mereka memilih strategi pasar yang terbaik dengan menggunakannya sebagai bahan penilaian.

1.5 Sistematika Penulisan

penelitian ini dibagi menjadi enam (enam) bab, yang masing-masing memiliki ikhtisar dan garis besar yang disediakan oleh penulis untuk membantu pembaca memahami apa yang dikatakan:

BAB I : PENDAHULUAN

Penulis memberikan informasi latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam bab ini.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini memberikan penjelasan mengenai dasar-dasar teoritis yang akan sangat berguna dalam menilai temuan studi, sudut pandang Islam, studi terdahulu, kerangka teori, konsep operasional yang bervariasi, dan asumsi-asumsi.

BAB III

: METODE PENELITIAN

Latar belakang penelitian, desain penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, ukuran populasi dan sampel, dan analisis data semuanya tercakup dalam bab ini.

BAB IV

: GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Penulis memberikan gambaran singkat mengenai sejarah, struktur organisasi, serta peran dan tanggung jawab di dalam perusahaan.

BAB V

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian dan pembahasan hasil penelitian terkait dengan “Pengaruh Kualitas Makanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru” disajikan dalam bab ini.

BAB VI

: PENUTUP

Bab ini berisi temuan-temuan penulis, rekomendasi, dan daftar pustaka, yang semuanya dimaksudkan untuk membantu manajemen perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TELAAH PUSTAKA

2. Pemasaran

2.1 Pengertian pemasaran

Pemasaran sebagai tindakan sosial dan manajemen yang dilakukan oleh individu dan kelompok untuk menciptakan, menukarkan, dan mendapatkan barang dan jasa yang mereka butuhkan dan inginkan (**Kotler dan Keller, 2016**).

Pemasaran yaitu seni dan ilmu tentang kepuasan pelanggan, menurut (**Malau, 2017**). Pemasaran, menurut *American Marketing Association*, pemasaran ialah prosedur untuk melakukan pengelolaan aktivitas organisasi guna menciptakan, mengkomunikasikan serta melakukan penawaran produk ataupun jasa yang bernilai untuk pelanggan, mitra, serta masyarakat luas.

Pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk atau jasa, menurut (**Laksana, 2019**) disebut sebagai pemasaran. Akibatnya, istilah "pasar" tidak lagi mengacu pada lokasi fisik tetapi lebih kepada interaksi antara penjual dan pembeli yang terjadi ketika suatu produk dijual kepada pelanggan.

Menurut (**Sunyoto, 2017**) Program yang dirancang dengan terampil yaitu bagaimana proses manajerial pemasaran, yang berusaha memperoleh yang diinginkan, mengekspresikan dirinya.

Menurut (**Tjiptono, 2015**) Proses pengembangan, penyebaran, promosi, dan penetapan harga produk, layanan, dan ide dikenal sebagai pemasaran. Tujuannya yaitu untuk memungkinkan terjadinya pertukaran yang memuaskan dengan

konsumen serta menjalin dan menjaga hubungan yang kuat dengan para pihak-pihak penting yang ada didalam sebuah lingkungan.

2.2 Fungsi Pemasaran

Menurut (**Kurniasari, 2022**) pemasaran berfungsi sebagai:

1. Perkenalan pada produk, dengan kegiatan memasarkan produk akan mudah diketahui oleh konsumen. Marketer dapat menunjukkan kelebihan produk yang ditawarkan sehingga dapat menarik minat pelanggan.
2. Riset, berbagai hal yang dikerjakan dalam riset pemasaran seperti reputasi, gender, umur, kepentingan, harapan, dan lain sebagainya.
3. Distribusi, pendistribusian baik melalui darat maupun laut, harus dapat menjamin produk akan mudah diperoleh pelanggan.
4. Layanan pemasaran, pemberian layanan dalam pemasaran sangat penting dilakukan.

2.3 Manajemen Pemasaran

Salah satu jenis manajemen yang diperlukan oleh semua perusahaan yaitu manajemen pemasaran. agar tujuan bisnis tercapai, perlu dilakukan tindakan menganalisa, merencanakan, pengorganisasian dan pengadministrasian program meliputi penyusunan, penentuan harga, promosi, dan penyebaran barang, jasa, dan ide untuk membangun dan mempertahankan interaksi dengan pasar agar menguntungkan (**Suparyanto dan Rosad, 2015**).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manajemen pemasaran, menurut **George R. Terry dalam (Liliani, 2020)** adalah sebuah prosedur yang direncanakan, diorganisasikan, digerakkan, dan diendalikan untuk menetapkan dan menggapai tujuan melalui penggunaan sumber daya yang ada.

2. Loyalitas Pelanggan

2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dicirikan sebagai keterikatan yang teguh dari seorang individu pada sebuah merek, berakar pada pandangan positif, dan diekspresikan dengan seringnya melakukan pembelian berulang (**Tjiptono, 2012**).

Loyalitas, menurut (**Kotler dan Keller, 2018**) yaitu tekad yang dipegang teguh untuk terus membeli atau mendukung barang atau jasa yang disukai meskipun faktor eksternal seperti ekonomi dan kampanye pemasaran mungkin menggoda pelanggan untuk beralih.

Menurut (**Al-Rasyid, 2018**) Loyalitas konsumen akan tumbuh jika konsumen merasakan kepuasan terhadap merek atau pelayanan yang mereka terima dan ingin terus menjalin hubungan.

Foster dalam (Sambodo Rio, 2021) “Menyatakan bahwa loyalitas konsumen yaitu janji konsumen untuk terus melakukan pembelian kembali atau menjadi langganan produk atau layanan dimasa yang akan datang yang tidak terpengaruh oleh iklim saat ini, kegiatan pemasaran, atau faktor lain yang dapat mendorong konsumen ke perusahaan saingan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2014) beberapa tanda dari loyalitas konsumen antara

lain:

1. Kepuasan pelanggan

Tingkat emosi pelanggan setelah mengevaluasi harapannya dan apa yang benar-benar diterimanya.

2. Pembelian ulang (buy back)

Tindakan pembelian yang dilakukan berulang kali atau sering.

3. Retensi pelanggan

Keinginan yang kuat untuk sekali lagi membeli atau mendukung barang atau layanan favorit.

4. Kepercayaan konsumen

Kemampuan pelanggan untuk mengandalkan suatu produk, fitur dan keunggulannya, dan memiliki keyakinan terhadapnya.

5. Rekomendasi pelanggan

Merujuk teman, kerabat, atau orang lain kepada suatu barang atau jasa yang disukainya..

2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Pelaku bisnis perlu memiliki pengetahuan terkait variabel-variabel yang memberikan pengaruh loyalitas pelanggan agar dapat mengembangkan dan meningkatkannya. Robinette menyatakan bahwa berikut ini yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam (Sri Wahyuni, 2016):

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Perhatian (*Caring*)

Perusahaan harus peduli dengan konsumennya untuk mengenali dan mengatasi kebutuhan, harapan, dan masalah mereka. Pelanggan yang menerima perhatian semacam itu akan senang dengan bisnis, kembali untuk pembelian lebih lanjut, dan akhirnya berkembang menjadi pelanggan yang setia. Loyalitas pelanggan akan terlihat lebih besar jika perusahaan memberikan perhatian..

2. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan berkembang seiring berjalannya waktu hingga kedua belah pihak yakin satu sama lain. Tingkat kepercayaan (*Trusts*) konsumen mencerminkan hubungan antara perusahaan dan mereka, dan ketika rasa percaya telah terbentuk antara mereka dengan pelaku bisnis, maka pekerjaan untuk membangunnya akan lebih sederhana. Kontak yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan akan solid jika tingkat kepercayaan konsumen tinggi. Untuk menghindari pelanggan merasa disesatkan dan beralih ke produk pesaing, salah satu pendekatan bagi pelaku bisnis untuk mempererat hubungan dengan pelanggan yaitu dengan memastikan bahwa semua hal yang mereka buat berkualitas atau sempurna seperti yang diharapkan di janjikan.

3. Perlindungan (*Length of Patronage*)

Pebisnis dapat menawarkan jaminan keamanan kepada konsumennya, berupa dalam bentuk kualitas produk, layanan, keluhan,

atau layanan purna jual. Konsumen percaya bahwa perusahaan menawarkan perlindungan yang mereka butuhkan, sehingga mereka tidak khawatir dengan perusahaan tersebut ketika bertransaksi bisnis dengannya.

4. Kepuasan Akumulatif (*Overall Satisfaction*)

Evaluasi umum yang didasarkan pada semua kegiatan pembelian maupun pengonsumsi produk dan layanan dalam jangka waktu tertentu disebut kepuasan keseluruhan. Banyak faktor, termasuk senang dengan sikap pemberi layanan maupun rasa puas dengan bisnis itu sendiri, mempengaruhi kepuasan kumulatif. Pelanggan harus merasa puas ketika melakukan bisnis dengan sebuah perusahaan, oleh karenanya bisnis perlu memberi perhatian dan melakukan peningkatan fungsional semua fasilitas beserta sumber daya yang dimilikinya supaya konsumen bisa menggunakannya kapanpun dan dimanapun mereka suka.

2.4 Cara Menciptakan Loyalitas Pelanggan

Menurut **Aaker dalam (Wahyuni, 2016)** terdapat lima strategi untuk menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.:

1. Menghormati hak-hak konsumen, termasuk hak untuk diperlakukan secara adil. Perlakukan mereka sebagaimana mereka ingin diperlakukan untuk menjaga kesetiaan mereka, dan bisnis harus mengetahui apa yang mereka harapkan dari kinerja produk perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Menjaga hubungan yang erat dengan konsumen. Menjadi dekat dengan pelanggan memungkinkan bisnis untuk dengan cepat memastikan perubahan dalam preferensi pelanggan, yang merupakan aset yang signifikan.
3. Mengukur kepuasan pelanggan, perlu dilakukan secara berkala dan bertahap setiap sepuluh tahun sekali untuk mempelajari pandangan konsumen, terutama yang berkaitan dengan loyalitas mereka, sangat penting untuk digunakan sebagai masukan yang relevan.
4. Menetapkan biaya peralihan melalui penetapan harga dan pengurangan yang dinegosiasikan, di mana harga yang telah ditetapkan dapat diturunkan melalui tawar-menawar dengan pertimbangan khusus untuk nasabah yang loyal.

Memberikan tambahan kepada konsumen, seperti hadiah, dapat membuat mereka merasa dihargai dan diperhatikan, dan hal ini dapat mendorong mereka untuk tetap bersama Anda dan merek Anda.

2. Kualitas Makanan

2.1 Pengertian Kualitas Makanan

Menurut **(Susilowati, 2013)** mendefinisikan bahwa Kualitas makanan adalah karakteristik dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, dalam hal ini mencakup ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur dan rasa.

Menurut **Kotler dan Keller dalam (Winarsih & Mandey, 2022)** mendefinisikan bahwa kualitas makanan adalah Karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan

kebutuhan pelanggan. Kualitas makanan merupakan peranan penting dalam penutusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat **Buchory dan Saladin dalam (Winarsih & Mandey, 2022)**.

Menurut **Potter dan Hotchkiss dalam (Liliani, 2020)** kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa.

2.4.2 Indikator Kualitas Makanan

Essinger dan Wylie dalam (Prasetyo, 2019) menyatakan karakteristik umum berikut yang memengaruhi kualitas makanan:

1. Rasa

Rasa makanan atau minuman yaitu propertinya, dan evaluasi rasa yaitu hasil dari reproduksi lidah dari situs rasa yang dapat membedakan rasa manis, asin, asam, dan pahit.

2. Jumlah

Seberapa banyak makanan atau minuman yang disajikan dalam satu porsi dikenal sebagai kuantitas atau porsi makanan dan minuman. Ukuran porsi yang umum digunakan untuk menentukan kuantitas.

3. Variasi

Variasi mengacu pada jumlah pilihan makanan dan minuman yang dapat dipilih oleh pengunjung di restoran.

4. Cita rasa individu

Makanan dan minuman dapat memiliki cita rasa yang khas. Makanan dan minuman yang disajikan di sebuah restoran memiliki kualitas yang unik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan tidak diproduksi oleh restoran lain.

5. Sanitasi

Kebersihan makanan dan minuman itu sendiri, serta peralatan penyajiannya, disebut sebagai higienitas.

6. Keaslian

Untuk memberikan alternatif tambahan kepada konsumen dan mencegah mereka bosan dengan makanan dan minuman lama yang sama, inovasi berarti menawarkan pilihan makanan dan minuman baru.

2.4.3 Dimensi Kualitas Makanan

Menurut (**Karisma, 2020**) kualitas makanan yaitu nilai yang dirasakan pelanggan melalui faktor atau dimensi makanan sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan. Berikut empat bagian dari kualitas makanan:

1. Kesegaran (*Freshness*)

Kesegaran makanan mengacu pada tekstur, rasa, warna, dan aroma makanan.

2. Penyajian Makanan (*Presentation of food*)

Makanan harus disajikan dengan cara yang melengkapi komposisi (hiasan, porsi, dan bentuk) yang telah disiapkan dalam kombinasi ini dan memberikan permainan warna untuk menarik minat konsumen saat disajikan kepada pelanggan.

3. Makanan yang dimasak dengan baik atau tepat (*Well Cooked*)

Makanan yang akan disajikan kepada pelanggan harus dipersiapkan dengan cermat dan higienis terlebih dahulu untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memastikan keamanannya.

4. Keragaman Makanan (*Variety of Food*)

Dalam hal ini, variasi makanan yang ditawarkan tidak diragukan lagi dapat memberikan pelanggan berbagai pilihan yang sesuai dengan minat masing-masing.

2.4.4 Ciri-Ciri Mutu Makanan

Menurut Atmojo dalam (Alaykal et al., 2022) di antara faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam hal kualitas makanan yaitu:

1. Rasa atau bau (*Flavour*)

Rasa dan aroma, keduanya harus menyenangkan.

2. Ketetapan (*Consistency*)

Kualitas hidangan atau menu harus dijunjung tinggi untuk memastikan bahwa hidangan tersebut stabil atau terus baik dalam hal kualitas, rasa, dan aroma.

3. Susunan, bentuk dan potongan (*Texture, Form, dan Shape*)

Saat menawarkan hidangan lengkap, hidangan ringan (hidangan pembuka), hidangan yang agak berat (hidangan utama), dan kemudian hidangan ringan lainnya, terutama hidangan penutup (atau pencuci mulut), harus disajikan.

4. Kandungan gizi (*Nutritional Content*)

Tawarkan makanan yang mengenyangkan dan cocok untuk dikonsumsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Daya Tarik mata (*Visual Appeal*)

Saat memasak makanan, harus diperhatikan untuk memastikan bahwa makanan tersebut terlihat menarik. Agar hidangan benar-benar menarik dan menggugah selera pelanggan, hidangan tersebut harus ditempatkan dengan bersih dan artistik.

6. Daya tarik melalui aroma yang memikat (*Aromatic Appeal*)

Mempertimbangkan aroma saat menyusun makanan. Untuk lebih menggugah selera pelanggan, makanan harus enak dan beraroma harum.

7. Panas/Suhu (*Temperature*)

Hal ini menunjukkan bahwa suhu harus diperhatikan saat menyajikan makanan. Makanan yang panas harus disajikan dengan suhu yang tinggi. Untuk makanan dingin, hidangan atau area yang dingin juga harus disediakan.

2. Lokasi

2.1 Pengertian Lokasi

Menurut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2018) lokasi yaitu tempat suatu usaha berada dan menjalankan aktivitas usahanya. Arti lain dari lokasi ialah tempat usaha beroperasi dan menempatkan karyawannya. (Kotler dan Keller, 2016) menyebutkan bahwa lokasi mengacu pada berbagai operasi bisnis yang membuat barang yang diproduksi atau dijual tidak mahal dan dapat diakses oleh pasar sasaran; dalam situasi ini, lokasi mengacu pada bagaimana menyediakan barang atau jasa kepada pelanggan dan di mana lokasi utamanya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Tjiptono 2015 dalam (Robby Fauji & Syifa Pramudita Faddila, 2020)** lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Pendapat mengenai lokasi dari para ahli tersebut, sampai pada pemahaman penulis bahwa lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada konsumen. Pentingnya lokasi bagi perusahaan atau pengusaha sangat mempengaruhi keputusan sasaran pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya.

2.5.2 Indikator Lokasi

Tjiptono dalam (Oktavia, 2018) mencantumkan indikator-indikator Lokasi sebagai berikut:

1. Akses

Secara spesifik, lokasi yang dilalui dekat dengan fasilitas untuk angkutan umum.
2. Visibilitas

Kualitas yang mudah terlihat pada jarak pandang yang khas.
3. Lalu lintas, yang memiliki dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan selain banyak penonton. Kemacetan dan volume lalu lintas yang tinggi juga bisa menjadi masalah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Tempat parkir, yang mencakup kenyamanan dan keamanan.
5. Pengembangan

Dengan kata lain, ada ruang yang memadai untuk pengembangan bisnis di masa depan.

2.3 Syarat Lokasi

Syarat lokasi menurut ada dua macam yaitu:

1. Sentralis

Hal ini menunjukkan bahwa lokasi perusahaan berlokasi di jantung area layanan publik, seperti dekat dengan pasar, sekolah, atau lokasi penting lainnya yang strategis. Di sini, ini berarti bahwa pelanggan harus dapat merasa nyaman di tempat tersebut.

2. Aksesibilitas

Tempat usaha harus mudah ditemukan dan mudah dicapai. Agar dapat memenuhi standar aksesibilitas, yaitu mudah ditemukan dan mudah dijangkau, tempat usaha harus ditempatkan di lokasi yang sering dilewati orang, seperti di tepi jalan.

2.4 Tipe – tipe Lokasi

Penjualan sering kali mempertimbangkan biaya geografis dalam kaitannya dengan nilai klien. Pengecer harus mempertimbangkan pemeriksaan sebanyak mungkin hubungan penjualan ketika memutuskan jenis lokasi. Menurut **Utami Alaykal**

Firdaus (2022), ada tiga kemungkinan tempat untuk ritel, antara lain:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan ritel besar lebih fokus untuk memuaskan kelompok konsumen yang cukup besar. menyatukan beberapa toko didalam satu bangunan, menciptakan sinergi yang mungkin dapat menarik lebih banyak pelanggan daripada jika perusahaan tersebar di sekitar kota.

2. Lokasi geografis, seperti kota kecil, kota besar, atau pusat kota.

3. Independen

Menggabungkan berbagai penggunaan atau kompleks, seperti kombinasi gedung perkantoran, hotel, tempat tinggal, fasilitas pemerintah, dan pusat konvensi dengan pusat perbelanjaan.

2.6 Pengaruh Antar Variabel

2.6.1 Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Seorang konsumen akan memilih produk yang memiliki kualitas, performa, dan karakteristik tertinggi, demikian klaim ide produk tersebut (**Kotler dan Keller (2013)**).

Menurut penelitian oleh (**Karisma, 2020**) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Makanan, Layanan, dan Bauran Pemasaran, Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Jagung Yummi Surabaya," kualitas makanan memiliki dampak besar pada kedua metrik tersebut. Temuan penelitian ini mendukung sejumlah gagasan dan penelitian lain yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut **Tjiptono 2015 dalam (Robby Fauji & Syifa Pramudita Fadila, 2020)** lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh **Wirawan A, Sjahrudin H, dan Razak N (2019)** dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Komponen kunci dari bauran pemasaran ritel yaitu lokasi. Meskipun keduanya menawarkan barang yang sama, mempekerjakan jumlah dan kualitas tenaga penjual profesional yang sama, serta memiliki pengaturan dan suasana yang layak, sebuah gerai di lokasi yang tepat akan lebih menguntungkan daripada gerai di lokasi yang kurang strategis. Secara empiris, beberapa penelitian yang menggunakan berbagai populasi sampel telah menunjukkan bahwa lokasi memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini mengindikasikan bahwa geografi memiliki dampak yang cukup besar terhadap loyalitas konsumen sampai batas tertentu.

2.3 Pandangan Islam

2.3.1 Pandangan Islam Tentang Loyalitas Pelanggan

Islam merupakan agama yang mengatur segala dimensi kehidupan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Al-Qur'an diturunkan Allah SWT kepada manusia untuk memberikan solusi atas segala permasalahan hidup. Oleh karena itu, setiap aktivitas hidup selalu berhubungan dengan aturan secara islam. Demikian halnya dalam penyampaian jasa, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. beberapa makna, antara lain mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu.

Konsep loyalitas dalam Islam atau *al-wala'* adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah Islam sepenuhnya. Loyalitas pelanggan dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam. Dalil wajibnya memberikan loyalitas kepada kaum Mukminin walaupun mereka tidak ada hubungan kerabat dengan kita, selama ia beriman kepada Allah dan kehidupan akhirat, mencintai Allah dan RasulNya, wajib kita memberikan loyalitas kepada orang – orang seperti ini.

Meskipun mereka adalah keluarga kita, kita harus memberikan baro' (memisahkan diri) dari mereka yang tidak beriman kepada Allah dan Rasul-Nya.

Allah berfirman dalam (*Al-Qur'an, dalam surat Al-Mujadilah ayat 22*):

لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ يُوَادُّونَ مَنْ حَادَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ
 وَلَوْ كَانُوا آبَاءَهُمْ أَوْ أَبْنَاءَهُمْ أَوْ إِخْوَانَهُمْ أَوْ عَشِيرَتَهُمْ أُولَئِكَ كَتَبَ
 فِي قُلُوبِهِمُ الْإِيمَانَ وَأَيَّدَهُم بِرُوحٍ مِّنْهُ وَيُدْخِلُهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ
 تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ أُولَئِكَ
 حِزْبُ اللَّهِ أَلَا إِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿٢٢﴾

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya :

Engkau, Muhammad, tidak akan mendapatkan suatu kaum yang beriman kepada Allah dan hari akhirat saling berkasih sayang dengan orang-orang yang menentang Allah dan Rasul-Nya, sekalipun orang-orang itu bapaknya, anaknya, saudaranya, atau keluarganya.” Mereka itulah orang-orang yang dalam hatinya telah ditanamkan Allah keimanan dan Allah telah menguatkan mereka dengan pertolongan yang datang dari Dia berupa kemauan dan kekuatan batin, kebersihan hati, kemenangan terhadap musuh dan lain-lain. Lalu dimasukkan-Nya mereka ke dalam surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, mereka kekal di dalamnya. Allah rida terhadap mereka dan mereka pun merasa puas terhadap (limpahan rahmat)-Nya. Merekalah golongan Allah. Ingatlah, sesungguhnya golongan Allah itulah yang beruntung. “(QS. Al-Muhadilah: 22).

Di sini Allah menyebutkan bahwa orang yang beriman kepada Allah dan kehidupan akhirat tidak mungkin memberikan loyalitas kepada orang-orang yang memusuhi Allah dan RasulNya. Tentunya kita harus pahami makna loyalitas. Kalau misalnya kita memiliki orang tua yang bukan muslim, kalau kita mencintai orang tua karena dia orang tua kita, apakah cinta kita kepada orang tua itu disebut loyalitas? Tidak. Sebatas kita mencintai dia karena dia orang tua kita dan bukan karena agamanya, yang itu merupakan tabiat manusia, maka cinta seperti ini disebut dengan istilah cinta tabiat.

2.2 Pandangan Islam Tentang Kualitas Makanan

Ada dua kata dalam Al-Qur'an: al-toyyibat (bersih, murni) dan al-rizq (berkati). Di zaman sekarang ini, memproduksi barang berkualitas tinggi sangat penting jika Anda ingin sukses di pasar. Allah SWT berfirman QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya:

“Wahai manusia, konsumsilah hanya makanan yang sehat dan halal dari tanah dan hindarilah mengikuti jejak setan karena dia adalah musuh yang nyata bagimu.”

Pada ayat diatas dapat ditarik simpulan bahwa mengingat manfaat dan bekah yang akan diberikan oleh kualitas yang sangat baik kepada pelanggan, Al-Qur'an memerintahkan para pencipta produk untuk selalu memperhatikan kualitasnya.

2.3 Pandangan Islam Tentang Lokasi

Pemilihan lokasi perusahaan harus mempertimbangkan tanggung jawab dan lingkungan, yaitu dengan memastikan bahwa kerugian dan bahaya yang disebabkan oleh operasi dapat dicegah. Sesuai dengan firman Allah yang berbunyi pada surat *Al-A'raaf* (56), yaitu:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya :

“Dan Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik.”

Dalam Islam, memilih tempat adalah tindakan yang melibatkan perencanaan dan pengambilan keputusan secara bersamaan.. Sabda Rasulullah SAW :

“Jika kamu ingin melakukan suatu tugas, pertimbangkan hasilnya terlebih dahulu. Kemudian, jika tindakan itu bermanfaat, lakukanlah. Jika tindakan itu negatif, jangan lakukan..” (H.R. Ibnu Mubarak).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut hadis diatas, memilih tempat atau lokasi haruslah yang baik, hindari memilih tempat yang buruk karena akan berdampak buruk bagi perusahaan.

2. Penelitian Tedahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Perbedaan penelitian	Hasil Penelitian
20	Sofiah,H dan Ekowati, S (2021)	Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan dan harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Nasi Uduk Didi Bengkulu	Variabel X1, Variabel Y, dan Objek penelitian dari penelitian terdahulu X1 menunjukkan penelitian penulis berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan pengaruh kualitas pelayanan sedangkan penulis menggunakan Pengaruh makanan, dan Y menggunakan Kepuasan Pelanggan dan untuk penelitian terdahulu objek yang digunakan yaitu Warung Nasi Uduk Didi Bengkulu sedangkan penulis menggunakan objek Rumah Kue Viera Pekanbaru.	Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan dan Harga yang kuat secara simultan atau kumulatif terhadap kepuasan pelanggan di Warung Nasi Didi Bengkulu.

<p>Karisma,I (2019)</p>	<p>Pengaruh kualitas makanan, pelayanan, bauran Pemasaran Terhadap kepuasan dan Loyalitas pelanggan pada jagung nyumi Surabaya</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis adalah penelitian terdahulu memiliki 3 Variabel Independent dan 2 Variabel dependent sedangkan penulis hanya memakai 2 Variabel Independent dan 1 Variabel dependent.</p>	<p>Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat Variabel Kualitas makanan,Pelayanan, dan bauran pemasaran secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan dan loyalitas Pelanggan, pada Jagung Nyumi Surabaya</p>
<p>3. El nissi, T (2020)</p>	<p>Pengaruh kualitas makanan dan kualitas layanan terhadap loyalitas Pelanggan melalui kepuasan Pelanggan mcdonalds di jakarta barat</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis adalah pada variabel X2 dan Variabel Y peneliti Terdahulu memakai 2 variabel dependent pada penelitian ini sedangkan penulis memakai 1 variabel dependent</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas makanan memberikan pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen McDonalds di Jakarta Barat.</p>
<p>4. Cahyo, Tulhusnah,L dan Pramitasari,T ,D(2022)</p>	<p>Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap Loyalitas pelanggan dengan Kepuasan konsumen Sebagai variabelintervening padaCafe and resto Azalea</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulislakukan dapatdilihat darivariabel X dan Objek penelitian Pada penelitian terdahulu menggunakan pengaruh kualitas pelayanan sedangkan penulis</p>	<p>Dari hasil penelitian yangtelah dilakukan, terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi secara signifikan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggandengan kepuasan</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		menggunakan Pengaruh makanan, penelitian terdahulu objek yang digunakan adalah Cafe and resto Azalea sedangkan penulis menggunakan objek Rumah Kue Viera Pekanbaru.	konsumen Sebagai variabel intervening pada Cafe and resto Azalea
Wirawan,A,A Sjahruddin,H dan Razak, N (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulislakukan dapatdilihat dari Variabel X1 dan Objeknya Pada penelitian terdahulu Variabel X1 yang digunakan yaitu Kualitas Produk dan Peneliti menggunakan Kualitas Makanan danpenelitian terdahulu menggunakan objek Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. Sedangkan penulis menggunakan objek Rumah Kue Viera diPekanbaru.	Faktor kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen terhadap kedai kopi lamuna akan semakin meningkat dengan semakin baiknya kualitas produk dan semakin menguntungkannya a lokasi kedai kopi tersebut. Menyaksikan peningkatan.
Nofindri,M ,LSutarjo,A dan Hadya,R (2021)	Pengaruh harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen Dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulislakukan dapatdilihat dari Variabel X1, variabel Y dan Objeknya Pada	Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat pengaruh Harga dan lokasi secara signifikan berpengaruh secara positif dan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

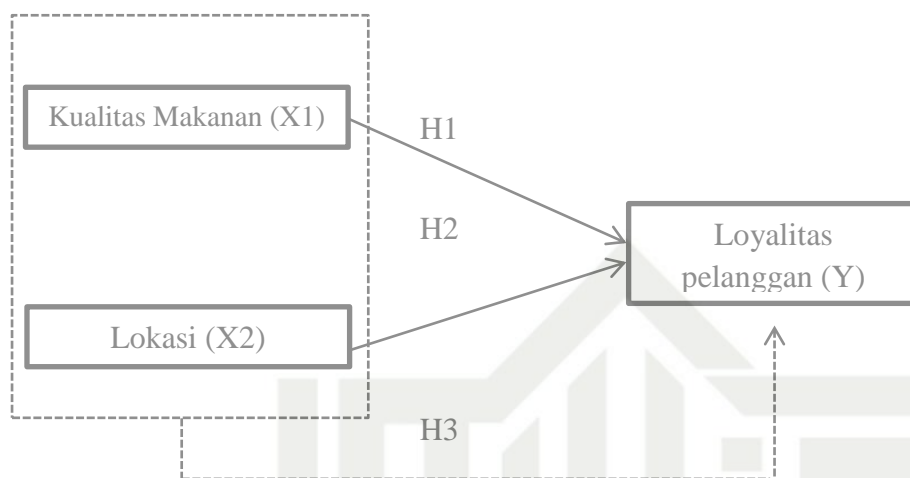
	Mini market wirda kota padang	penelitian terdahulu Variabel X1 yang digunakan adalah Hargadan Penulis menggunakan Kualitas Makanan dan untuk variabel Y penelitian terdahulu memakai variabel loyalitas konsumen dan kepuasankonsumen, penulis memakai variabel Y yaitu loyalitas Pelanggan penelitian terdahulu menggunakan objek Mini market wirda kota padang Sedangkan penulis menggunakan objek Rumah Kue Viera di Pekanbaru.	signifikan terhadap loyalitas konsumen Dengan kepuasan konsumen sebagai variabel interveningdi Mini market wirdakota padang
--	-------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.9 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2016) mengatakan bahwa :“kerangka pemikiran adalah sebuah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah didefinisikan sebagai hal yang penting” Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian Pengaruh Kualitas Makanan (X1), Lokasi (X2), terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). berikut adalah gambaran kerangka berfikir dalam penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran Penelitian

Kualitas Makanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Rumah Kue Viera Pekanbaru (Studi kasus masyarakat pekanbaru yang pernah membeli dirumah kue viera pekanbaru).

Keterangan :

→ : Pengaruh variable bebas terhadap variabel terikat secara Parsial (individu)

- - - - -> : Pengaruh variable bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama)

X1 : Kualitas Makanan

X2 : Lokasi

Y : Loyalitas Pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.10 Konsep Oprasional Variabel

Definisi oprasional variabel adalah konsep dalam bentuk kerangka yang menjadi kata-kata untuk menggambarkan perilaku atau gejala diamati, dan dapat diuji kebenarannya.

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Menurut **Sugiyono (2016)** yaitu variabel dependen yang mempengaruhi dan mengubahnya sedemikian rupa sehingga menyebabkan terjadinya variabel dependen. Variabel dependen penelitian ini meliputi :

- a. X1 = Kualitas Makanan
- b. X2 = Lokasi

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Menurut **Sugiyono (2016)** merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, Loyalitas (Y) merupakan variabel terikat dalam penelitian ini

Tabel 2.2 Konsep Oprasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala / Ukuran
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercerminkan dalam pembelian berulang yang konsisten. (Tjiptono, 2012)	1. Kepuasan pelanggan 2. Pembelian Ulang 3. Kesetiaan pelanggan 4. Kepercayaan pelanggan 5. Rekomendasi pelanggan (Tjiptono, 2014)	Likert
Kualitas Makanan (X1)	kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Potter dan Hotchkiss, 2012 dalam (Liliani, 2020)	1. Rasa 2. Kuantitas 3. Variasi 4. Citarasa yang khas 5. Higienitas 6. Inovasi. Essinger dan Wylie dalam (Prasetyo, 2019)	Likert
Lokasi (X2)	lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. (Lupiyoadi dan Hamdani, 2018)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi Tjiptono dalam (Oktavia, 2018)	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1 Hipotesis

Sugiyono (2016) mendefinisikan hipotesis sebagai jawaban bersifat sementara pada persoalan yang ada dalam penelitian yang mana rumusan masalah dalam penelitian sudah dikatakan melalui pernyataan. Disebut sementara dikarenakan jawaban yang diberikan hanya berdasar teori relevan dan belum berdasar data empiris yang didapat dengan cara mengumpulkan data. Oleh karenanya, hipotesis bisa disebut sebagai jawaban secara teoritis pada permasalahan penelitian, belum termasuk jawaban empirik. hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H1: Diduga Kualitas Makanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Rumah Kue Viera Pekanbaru.

H2 : Diduga Lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Rumah Kue Viera Pekanbaru.

H3 : Diduga Kualitas Makanan (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Rumah Kue Viera Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Kue Viera Pekanbaru diseluruh cabang yang ada di kota Pekanbaru. Waktu penelitian kurang lebih 2 bulan, dimulai dari bulan Desember - Januari 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Data dan informasi yang lengkap sangat penting untuk pembahasan selanjutnya, oleh karena itu jenis dan sumber data yang dibutuhkan yaitu:

a. Data kuantitatif

Data kuantitatif, seperti yang didefinisikan oleh (Sugiyono, 2016), yaitu informasi yang berbentuk angka. Dengan kata lain, data kuantitatif yaitu informasi yang cenderung dikaji dengan menggunakan metode atau prosedur statistik. Informasi ini, yang mungkin berbentuk angka atau skor, biasanya dikumpulkan melalui metode pengumpulan data yang hasilnya berupa spektrum skor atau pertanyaan dengan bobot. Selain itu, para peneliti menggunakan jenis data kuantitatif dalam investigasi ini.

3.2.2 Sumber Data

- a. Data primer yaitu terkumpulnya data oleh peneliti dari sumber pertama maupun tempat objek penelitian yang telah dilaksanakan secara langsung.
- b. Data sekunder mencakup informasi dari buku, makalah, atau sumber lain yang digunakan untuk mendukung temuan studi. Anda bisa mendapatkan

informasi ini di perpustakaan atau melalui penelitian-penelitian sebelumnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik kuesioner Google Form.. Daftar pertanyaan (kuesioner) disebarakan kepada responden yang berhubungan dengan penelitian dan digunakan sebagai metode pengumpulan data oleh pelanggan Rumah Kue Vierra Pekanbaru..

3.3 Skala Pengukuran Data

Tentu saja, saat membuat kuesioner harus berhati-hati dalam memilih skala pengukuran untuk mendapatkan gambaran umum tentang karakteristik responden untuk setiap variabel kuesioner.

Skala Likert digunakan untuk meneliti sikap, pandangan, dan persepsi orang tentang fenomena sosial yang menjadi fokus penelitian **(Sugiyono, 2016)**.

Pada penelitian ini terdapat 5 opsi yang digunakan, antara lain:

1) Sangat Setuju memiliki nilai	5
2) Setuju memiliki nilai	4
3) Netral memiliki nilai	3
4) Tidak setuju memiliki nilai	2
5) Sangat tidak setuju memiliki nilai	1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Wilayah atau area yang digeneralisasi, yang dikenal sebagai populasi, berisi hal-hal dan orang-orang dengan ciri-ciri unik yang diterapkan oleh para peneliti pada penelitian mereka untuk mendapatkan kesimpulan **(Sugiyono, 2016)**.

Penelitian yang dilakukan memiliki populasi yakni masyarakat di Kota Pekanbaru yang sudah pernah membeli serta mengkonsumsidi Rumah Kue Viera Pekanbaru.

3.2 Sampel

Sampel ialah cakupan dari jumlah serta berbagai ciri yang dimiliki populasi. Apabila populasi dinilai besar secara keseluruhan, serta penelitian tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruhnya yang ada di populasi, contohnya dikarenakan dana yang terbatas, tenaga serta waktu, oleh karenanya peneliti bisa memakai sampel dari populasi yang telah diambil (Sugiyono, 2016). Dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi yang diteliti secara pasti, oleh karenanya digunakanlah perhitungan jumlah sampel dengan memakai rumus *Lameshow*, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-p)}{e^2}$$

Keterangan :

n Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z Ukuran tingkat kepercayaan dengan $\alpha = 5\% = 0,05$

Dengan tingkat kepercayaan 95% sehingga dalam table Z ditemukan 1,96

P Proporsi, karena data belum didapatkan, maka menggunakan 0,5

e Tingkat kesalahan sampel (sampling error) $10\% = 0,1$

dengan perhitungan:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

Berdasar hasil yang didapat yakni 96,04 responden atau dibulatkan 120 responden.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau

State-Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Teknik nonprobability sampling, pengambilan sampel yang digunakan ketika setiap komponen atau anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, digunakan dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yang didasarkan pada kriteria tertentu (Sugiyono, 2016). Karena tidak semua sampel mengandung kriteria yang sesuai dengan apa yang diantisipasi, maka peneliti menggunakan pendekatan *sampling purposive* dalam penelitian ini untuk memilih sampel yang sesuai. Sampel dipilih setelah mempertimbangkan dengan seksama kriteria yang diperkirakan. Kriteria berikut digunakan dalam sampel penelitian ini ialah:

- a. Masyarakat yang berdomisili di Kota Pekanbaru
- b. Masyarakat Kota Pekanbaru dengan rentang usia 17-50 tahun.
- c. Masyarakat Kota Pekanbaru yang pernah membeli di Rumah Kue Viera Pekanbaru lebih dari satu kali.

Jadi, sampel yang akan dipilih peneliti sebagai sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 120 orang masyarakat Pekanbaru yang pernah membeli di rumah kue viera pekanbaru lebih dari 1 kali dengan rentang usia 17 hingga 50.

3. Metode Analisis Data

Strategi analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif. Analisis ini merupakan pendekatan dengan menggunakan persamaan rumus matematika, menghubungkan dengan konsep-konsep yang terkait, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



menarik kesimpulan, sehingga dapat membuat dan menjelaskan temuan-temuan penelitian sebelumnya.

Menurut **Sugiyono (2016)**, analisis berbasis positivisme yang digunakan untuk melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dikenal sebagai analisis data penelitian kuantitatif.

3. Uji Kualitas Data

3.1 Uji Validitas

Valid tidaknya suatu kuesioner dievaluasi dengan menggunakan uji validitas, menurut **Ghozali (2013)**. Jika suatu pertanyaan dapat mengungkapkan informasi yang akan digunakan dalam pengukuran kuesioner, maka pertanyaan tersebut dianggap valid. Untuk membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, maka dilakukan uji validitas. Pertanyaan dianggap sah jika nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif.

3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah alat yang memiliki tujuan guna melakukan pengukuran sebuah kuesioner termasuk indikator variabel ataupun konstruk.

Suatu kuesioner bisa dikatakan reliabel jikalau jawaban seseorang pada pernyataan ialah konsisten ataupun stabil tiap waktunya (**Ghozali (2013)**). Proses yang digunakan untuk menentukan reliabilitas disebut *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* mendefinisikan sebuah instrumen dapat dipercaya jika koefisien reliabilitasnya (r) lebih dari 0,60 ($r > 0,60$).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas makanan dan lokasi mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru. Berikut kesimpulan yang dapat diambil dari temuan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya dalam bab ini.

1. Variabel kualitas makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru. Loyalitas pelanggan akan lebih tinggi ketika perusahaan menggunakan makanan yang lebih berkualitas.
2. Variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru. Semakin strategis Lokasi yang dipilih oleh perusahaan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan variabel Kualitas Makanan dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru.

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an.

- Alaykal, F., Ediyanto, & Lusiana, T. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Tanjung Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 33(1), 1–12.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25* (9 th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karisma, I. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan, Pelayanan, Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Jagung Nyumi Surabaya. *Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, Jakarta*.
- Kotler, P., & Keller, K., L (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K., L (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke 1). Jakarta: Erlangga.
- Liliani, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18–48. <https://doi.org/10.52859/jbm.v8i2.85>
- Lipiyoadi, & Hamdani. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Pranamedia Group.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Ostavia, N. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Wedangan Di Kota Surakarta)*. 1–11. <http://eprints.ums.ac.id/64415/19/naskah publikasi.pdf>
- Pasetyo, A. D. (2019). *Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kualitas Konsumen Di TERA COFFE & RESTO Bekasi*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Robby Fauji, & Syifa Pramudita Faddila. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 35–56. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v5i2.1029>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Sangadji, M., E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhianto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Edisi I*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto. (2017). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ke 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps Publishing.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima (Edisi Ke 2)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi Ke 2)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuni, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Citra Swalayan Andalas. *Formulasi Dan Uji Aktivitas Antibakteri Sediaan Krim Ekstrak Etanol Daun Ketapang (Terminalia Catappa L.) Terhadap Propionibacterium Acne DAN Staphylococcus Epidermidis Skripsi*, 102, 1–146.
- Winarsih, R., & Mandey, S. L. (2022). The Effect Of Price Perception, Food Quality, And Store Atmosphere On Consumer Purchase Decisions At Dabu-Dabu Lemong Resto And Coffee Megamas Area In Manado. In *Wenas 388 Jurnal EMBA (Vol. 10, Issue 3)*.
- Wirawan, A., Sjahrudin, H., (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Lamuna Coffe di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi dan Manajemen. Issue 1, Hal. 15-26*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kusioner Penelitian

KUSIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
RUMAH KUE VIERA PEKANBARU

Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh Saudara/i responden yang saya hormati,

Saya Ega Prayoga Mahasiswa Jurusan Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Fakultas ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya sengan melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian studi pada perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Makanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Kue Viera Pekanbaru**

Sehubung dengan itu saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar kusioner yang diberikan dengan keadaan yang sebenarnya demi keancaran penelitian ini

Informasi yang didapat dari kusioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademis. Atas partisipasi dan kerjasamanya saya mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Ega Prayoga
NIM.11970124880

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

2. Usia

- 17 - 27 tahun 28 - 38 tahun
 39 - 49 tahun ≥ 50 tahun

3. Pendidikan Terakhir

- SD S2
 SMP S3
 SMA
 S1

4. Pekerjaan

- Pelajar / Mahasiswa Pegawai Swasta
 Wiraswasta / Wirausaha Ibu Rumah Tangga
 ASN / PNS

5. Pendapatan

- < 1 Juta > 5 - 7 Juta
 > 1 - 3 Juta > 7 - 9 Juta
 > 3 - 5 Juta

6. Sudah berapa kali membeli makanan di Rumah Kue Viera

- < 3 kali
 > 3 kali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Silahkan memberi tanda checkmark (√) pada kolom yang sesuai penilaian anda. Tidak ada jawaban benar atau salah. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan yaitu:

Sangat Setuju (SS)	: Nilai Skor 5
Setuju (S)	: Nilai Skor 4
Netral (N)	: Nilai Skor 3
Tidak Setuju (TS)	: Nilai Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: Nilai Skor 1

DAFTAR PERTANYAAN KUSIONER

1. Kualitas Makanan (X1)

NO.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Rasa					
1.	Saya menyukai rasa makanan yang ada di Rumah Kue Viera					
	Kuantitas					
2.	Saya merasa makanan yang tersedia di Rumah Kue Viera memiliki konsistensi rasa yang sangat terjaga					
	Variasi					
3.	Saya senang berbelanja Rumah Kue Viera karena pilihan makanan yang di tawarkan beragam					
	Cita rasa yang khas					
4.	Saya merasa makanan di Rumah Kue Viera memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dari tempat lain					
	Higienitas					
5.	Saya merasa makanan yang disajikan di Rumah Kue Viera bersih dan higienis					
	Inovasi					
6.	Saya merasa berbagai macam makanan yang ditawarkan Rumah Kue Viera kreatif dan tidak membuat saya bosan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

2. Lokasi (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Lokasi Rumah Kue Viera berada dikawasan yang mudah dijangkau					
	Lokasi Rumah Kue Viera mudah dilihat dan ditemukan					
	Lokasi Rumah Kue Viera memiliki lokasi yang aksesnya tidak macet					
	Rumah Kue Viera mengekspansi bisnisnya menggunakan media sosial dan juga melalui secara langsung melalui cabang-cabang yang ada di Rumah Kue Viera					

3. Loyalitas pelanggan (Y)

NO.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu membeli makanan di Rumah Kue Viera dan menjadi pelanggan tetap					
	Saya membeli makanan lebih dari satu kali di Rumah Kue Viera					
	Saya akan tetap setia membeli makanan di Rumah Kue Viera					
	Saya tidak tertarik untuk pindah membeli ke toko lain walaupun menawarkan beragam promosi					
	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk membeli makanan di Rumah Kue Viera					

Lampiran 2 : Data Kusioner

Variabel (X1) Kualitas Makanan

No Responden	Kualitas Makanan						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	4	3	2	3	3	20
2	5	3	4	2	2	3	19
3	4	4	4	4	5	3	24
4	4	5	3	5	4	5	26
5	4	5	3	5	4	3	24
6	5	4	3	5	4	4	25
7	5	4	3	4	4	5	25
8	5	4	5	4	5	5	28
9	4	3	5	4	3	3	22
10	5	4	4	4	5	5	27
11	4	4	3	3	3	3	20
12	4	4	4	3	3	3	21
13	4	4	3	4	4	3	22
14	2	5	3	5	5	5	25
15	5	5	5	3	5	5	28
16	5	5	3	4	4	4	25
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	3	5	5	2	5	25
19	5	5	4	5	4	5	28
20	4	4	3	3	4	4	22
21	4	4	3	4	4	4	23
22	4	4	2	5	4	4	23
23	3	3	3	3	3	3	18
24	5	5	4	4	5	5	28
25	4	3	4	3	3	3	20
26	5	5	3	5	5	5	28
27	5	2	5	3	5	5	25
28	3	3	3	2	3	3	17
29	4	4	4	3	4	4	23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

30	5	5	5	3	5	5	28
31	5	5	2	2	5	5	24
32	5	5	2	5	5	5	27
33	5	5	3	4	5	5	27
34	4	4	4	3	4	2	21
35	5	5	5	3	5	5	28
36	4	4	4	4	5	5	26
37	5	5	3	5	5	5	28
38	4	4	2	4	4	4	22
39	5	5	5	3	5	5	28
40	4	4	5	2	4	5	24
41	5	5	5	5	4	4	28
42	5	5	5	5	4	4	28
43	5	2	5	3	5	2	22
44	5	2	5	5	5	5	27
45	5	3	5	4	5	5	27
46	5	5	5	5	4	5	29
47	5	3	5	2	5	4	24
48	4	3	4	3	4	4	22
49	4	4	4	5	5	4	26
50	5	3	2	5	4	5	24
51	4	4	3	5	3	3	22
52	5	3	4	5	4	3	24
53	2	1	1	2	1	1	8
54	4	5	4	4	4	4	25
55	2	5	4	5	3	5	24
56	4	4	4	3	4	4	23
57	4	5	3	5	4	5	26
58	5	5	5	5	5	3	28
59	5	3	5	2	5	3	23
60	5	2	3	4	2	5	21
61	5	4	3	4	5	3	24
62	4	4	3	4	4	4	23
63	5	5	2	4	4	4	24
64	2	4	3	3	4	2	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

65	4	3	3	5	4	5	24
66	3	4	4	4	4	4	23
67	5	5	3	4	5	4	26
68	4	4	5	3	4	4	24
69	4	4	4	3	4	5	24
70	5	5	5	3	5	5	28
71	4	5	5	3	5	5	27
72	4	5	5	3	4	5	26
73	4	5	5	3	4	4	25
74	4	4	3	5	5	5	26
75	4	4	3	5	5	5	26
76	4	5	3	5	5	4	26
77	5	5	3	5	5	5	28
78	5	2	5	4	5	5	26
79	5	5	5	5	4	5	29
80	2	2	2	1	1	1	9
81	5	5	3	5	4	5	27
82	5	5	5	4	5	5	29
83	5	5	5	5	4	5	29
84	5	4	4	3	5	4	25
85	4	5	5	4	5	4	27
86	4	4	5	5	5	5	28
87	4	5	3	5	5	5	27
88	5	4	4	5	3	4	25
89	5	5	5	5	4	5	29
90	4	5	4	3	2	4	22
91	5	4	2	5	5	5	26
92	5	4	5	5	5	4	28
93	2	3	2	4	4	4	19
94	5	2	5	4	5	5	26
95	5	5	3	4	4	5	26
96	4	4	2	4	4	4	22
97	5	5	2	3	4	5	24
98	2	5	5	3	4	5	24
99	4	4	4	2	4	5	23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

100	5	5	4	3	5	4	26
101	4	4	5	5	4	5	27
102	4	4	5	5	4	4	26
103	4	3	5	4	4	4	24
104	4	4	5	5	5	5	28
105	5	4	4	5	5	5	28
106	4	4	2	2	1	3	16
107	5	4	4	5	5	4	27
108	5	4	3	4	4	4	24
109	5	4	4	5	5	5	28
110	4	4	5	5	4	3	25
111	5	5	4	4	4	4	26
112	4	3	3	2	2	2	16
113	4	4	5	4	4	5	26
114	4	5	5	4	4	3	25
115	5	5	4	4	5	5	28
116	4	5	5	4	3	4	25
117	5	5	4	4	3	3	24
118	3	4	4	2	2	3	18
119	4	2	4	4	3	4	21
120	5	4	4	4	5	5	27

Variabel (X2) Lokasi

No Responden	Lokasi				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	2	4	3	13
2	4	5	3	5	17
3	4	5	2	5	16
4	4	3	4	5	16
5	3	3	5	4	15
6	3	4	4	3	14
7	3	5	2	4	14
8	4	4	5	4	17

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9	2	4	3	4	13
10	3	2	3	5	13
11	3	4	3	4	14
12	4	2	3	3	12
13	4	3	4	4	15
14	5	4	5	3	17
15	2	5	5	2	14
16	4	4	2	4	14
17	3	4	4	4	15
18	5	5	5	5	20
19	3	5	3	5	16
20	4	3	5	4	16
21	3	4	4	4	15
22	4	4	3	4	15
23	3	3	3	3	12
24	5	5	3	5	18
25	4	3	3	4	14
26	4	4	4	4	16
27	3	5	3	5	16
28	2	3	4	3	12
29	5	5	4	4	18
30	3	5	3	5	16
31	5	5	3	5	18
32	5	5	3	5	18
33	5	2	5	5	17
34	4	4	3	3	14
35	5	4	5	5	19
36	5	3	5	5	18
37	5	5	5	5	20
38	4	5	4	4	17
39	5	3	5	5	18
40	4	4	2	4	14
41	5	5	2	5	17
42	5	5	3	4	17
43	5	4	5	5	19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

44	5	3	5	5	18
45	5	3	5	5	18
46	5	5	3	5	18
47	5	5	3	5	18
48	2	5	5	4	16
49	4	4	5	5	18
50	3	5	5	5	18
51	3	4	3	4	14
52	4	4	4	3	15
53	1	1	2	2	6
54	4	4	5	3	16
55	5	5	5	5	20
56	3	4	4	4	15
57	5	5	5	5	20
58	5	3	5	5	18
59	5	5	3	5	18
60	3	4	5	5	17
61	5	5	4	4	18
62	3	4	4	4	15
63	4	3	4	4	15
64	3	4	4	4	15
65	4	3	5	4	16
66	3	4	4	3	14
67	5	3	4	4	16
68	4	5	5	5	19
69	5	3	5	4	17
70	4	4	5	5	18
71	4	3	5	5	17
72	5	4	5	5	19
73	5	4	5	5	19
74	4	3	4	5	16
75	5	4	4	5	18
76	5	5	3	5	18
77	5	5	4	5	19
78	5	4	4	5	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

79	4	5	5	5	19
80	1	1	2	2	6
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	5	4	5	5	19
84	4	5	5	5	19
85	4	4	5	5	18
86	4	5	5	5	19
87	5	3	4	5	17
88	5	3	5	4	17
89	4	4	3	5	16
90	5	5	3	5	18
91	5	5	5	5	20
92	4	4	5	3	16
93	4	5	4	4	17
94	4	5	5	4	18
95	5	5	5	4	19
96	4	5	4	5	18
97	5	3	5	5	18
98	4	5	5	5	19
99	5	5	5	5	20
100	3	5	2	4	14
101	4	5	5	5	19
102	2	3	5	4	14
103	3	4	4	4	15
104	4	4	5	5	18
105	4	4	4	4	16
106	3	3	2	4	12
107	5	4	4	4	17
108	3	4	5	4	16
109	4	4	4	4	16
110	5	5	4	4	18
111	5	4	5	4	18
112	4	4	4	4	16
113	4	5	4	4	17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

114	2	3	4	5	14
115	5	4	4	5	18
116	5	4	5	4	18
117	3	4	4	4	15
118	2	2	3	3	10
119	3	4	3	4	14
120	5	4	4	4	17

Variabel (Y) Loyalitas Pelanggan

No Responden	Loyalitas Pelanggan					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	2	4	4	3	3	16
2	4	5	2	5	3	19
3	4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	3	22
5	4	5	5	5	3	22
6	4	3	3	4	5	19
7	4	5	3	4	5	21
8	4	5	5	5	4	23
9	2	4	3	2	3	14
10	4	2	3	3	4	16
11	4	3	4	4	4	19
12	3	2	3	3	3	14
13	4	4	3	3	4	18
14	3	5	2	2	5	17
15	5	5	5	5	5	25
16	3	4	3	3	2	15
17	3	4	4	4	4	19
18	5	5	5	5	3	23
19	5	5	5	4	5	24
20	4	3	3	4	3	17
21	4	4	5	3	4	20
22	4	4	3	4	4	19
23	3	3	2	3	3	14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

24	2	5	3	5	5	20
25	4	4	3	3	4	18
26	4	3	2	3	3	15
27	5	5	4	5	5	24
28	3	3	3	3	2	14
29	2	4	4	4	2	16
30	5	2	5	5	5	22
31	5	4	3	4	5	21
32	4	5	5	5	4	23
33	4	5	5	5	5	24
34	3	3	3	2	3	14
35	4	5	2	4	5	20
36	3	5	3	3	4	18
37	2	5	5	2	5	19
38	4	4	4	4	4	20
39	5	5	5	2	5	22
40	4	2	4	4	4	18
41	4	4	5	5	5	23
42	2	5	3	5	5	20
43	5	5	5	5	4	24
44	5	2	3	5	4	19
45	2	2	5	5	5	19
46	3	5	5	5	5	23
47	4	5	2	5	3	19
48	3	4	3	3	3	16
49	5	5	4	4	5	23
50	5	2	5	5	5	22
51	4	4	4	5	4	21
52	4	2	4	4	5	19
53	2	1	1	1	2	7
54	4	4	4	5	5	22
55	5	5	4	5	5	24
56	3	3	4	4	4	18
57	4	5	4	5	5	23
58	4	5	5	5	5	24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

59	4	3	5	5	4	21
60	5	4	5	4	2	20
61	4	5	4	4	3	20
62	4	4	4	4	3	19
63	4	4	5	4	5	22
64	4	4	3	4	4	19
65	4	5	5	3	4	21
66	3	4	4	3	4	18
67	3	4	4	4	3	18
68	5	5	3	5	5	23
69	5	4	4	5	5	23
70	4	5	3	4	5	21
71	4	4	5	5	5	23
72	4	3	5	5	5	22
73	4	3	4	5	5	21
74	4	5	3	5	5	22
75	5	5	4	4	5	23
76	5	4	5	5	5	24
77	5	3	5	4	5	22
78	5	5	5	4	5	24
79	5	5	5	4	5	24
80	1	2	1	1	2	7
81	4	5	3	5	5	22
82	2	5	2	5	5	19
83	2	5	5	5	5	22
84	3	5	4	5	4	21
85	5	5	3	3	2	18
86	5	5	5	5	3	23
87	4	5	5	5	3	22
88	4	5	4	4	5	22
89	3	5	3	5	4	20
90	4	5	3	5	5	22
91	5	5	4	5	4	23
92	5	4	5	5	3	22
93	4	4	4	2	4	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

94	5	3	5	4	5	22
95	4	3	5	4	5	21
96	4	4	3	4	5	20
97	4	5	3	5	5	22
98	5	3	5	5	5	23
99	4	3	5	5	5	22
100	4	3	5	4	4	20
101	4	5	5	4	4	22
102	5	4	4	5	4	22
103	4	4	5	4	4	21
104	5	5	4	4	4	22
105	4	4	5	5	5	23
106	3	2	2	3	4	14
107	5	4	4	5	5	23
108	5	4	4	5	5	23
109	4	4	5	5	4	22
110	4	4	5	5	4	22
111	4	4	4	2	2	16
112	3	4	4	3	2	16
113	5	5	4	4	3	21
114	4	4	4	3	4	19
115	5	4	5	4	4	22
116	5	4	5	4	4	22
117	4	3	3	4	4	18
118	3	2	4	4	4	17
119	5	4	4	4	4	21
120	5	4	4	5	5	23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RESPONDEN

VARIABEL X1 (Kualitas Makanan)

	Pernyataan	Jawaban					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya menyukai rasa makanan yang ada di Rumah Kue Viera Pekanbaru	59	50	4	7	0	120
		49,2%	41,7%	3,3%	5,8%	0,0%	100,0%
2	Saya merasa makanan yang tersedia di Rumah Kue Viera memiliki konsistensi rasa yang sangat terjaga	47	48	16	8	1	120
		39,2%	40,0%	13,3%	6,7%	0,8%	100,0%
3	Saya senang berbelanja Rumah Kue Viera karena pilihan makanan yang di tawarkan beragam	41	33	33	12	1	120
		34,2%	27,5%	27,5%	10,0%	0,8%	100,0%
4	Saya merasa makanan di Rumah Kue Viera memiliki cita rasa yang khas dan berbeda dari tempat lain	42	38	27	12	1	120
		35,0%	31,7%	22,8%	10,0%	0,8%	100,0%
5	Saya merasa makanan yang disajikan di Rumah Kue Viera bersih dan higienis	47	51	13	6	3	120
		39,2%	42,5%	10,8%	5,0%	2,5%	100,0%
6	Saya merasa berbagai macam makanan yang ditawarkan Rumah Kue Viera kreatif dan tidak membuat saya bosan	56	37	21	4	2	120
		46,7%	30,8%	17,5%	3,3%	1,7%	100,0%
Total		292	257	114	49	8	720
Peresentase		40,56%	35,7%	15,8%	6,8%	1,1%	100,00%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
VARIABEL X2 (Lokasi)

No	Pernyataan	Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total
	Lokasi Rumah Kue Viera berada dikawasan yang mudah dijangkau	47	40	24	7	2	120
		39,2%	33,3%	20,0%	5,8%	1,7%	100,0%
	Lokasi Rumah Kue Viera mudah dilihat dan ditemukan	44	45	24	5	2	120
		36,7%	37,5%	20,0%	4,2%	1,7%	100,0%
	Lokasi Rumah Kue Viera memiliki lokasi yang aksesnya tidak macet	50	36	25	9	0	120
		41,7%	30,0%	20,8%	7,5%	0,0%	100,0%
4	Rumah Kue Viera mengekspansi bisnisnya menggunakan media sosial dan juga memalui secara langsung melalui cabang-cabang yang ada di Rumah Kue Viera	58	47	12	3	0	120
		48,3%	39,2%	10,0%	2,5%	0,0%	100,0%
Total		199	168	85	24	4	480
Peresentase		41,5%	35,0%	17,7%	5,0%	0,8%	100,0%

VARIABEL Y (Loyalitas Pelanggan)

No	Pernyataan	Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total
	Saya selalu membeli makanan di Rumah Kue Viera dan menjadi pelanggan tetap	35	56	18	10	1	120
		29,2%	46,7%	15,0%	8,3%	0,8%	100,0%
	Saya membeli makanan lebih dari satu kali di Rumah Kue Viera	49	41	18	11	1	120
		40,8%	34,2%	15,0%	9,2%	0,8%	100,0%
	Saya akan tetap setia membeli makanan di Rumah Kue Viera	45	36	29	8	2	120
		37,5%	30,0%	24,2%	6,7%	1,7%	100,0%
	Saya tidak tertarik untuk pindah membeli ke toko lain walaupun menawarkan beragam	53	40	18	7	2	120
		44,2%	33,3%	15,0%	5,8%	1,7%	100,0%

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promosi						
Saya akan merekomendasikan orang lain untuk membeli makanan di Rumah Kue Viera	48	25	19	7	0	100
	48%	25%	19%	7%	0%	100%
Total	235	211	103	45	6	600
Peresentase	39,17%	35,2%	17,2%	7,5%	1,0%	100,00%

LAMPIRAN 3 : Karakteristik Responden

Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-laki	18	15%
Perempuan	102	85%
Total	120	100%

Usia		
Tingkatan Usia	Responden	Persentase
17 – 27	92	77%
28 – 38	20	17%
39 – 49	6	5%
> 50	2	2%
Total	120	100%

Pendidikan		
Berpendidikan	Responden	Persentase
SD	1	1%
SMP	4	3%
SMA	90	75%
S1	21	18%
S2	2	2%
S3	2	2%
Total	120	100%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekerjaan		
Pekerjaan	Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	69	58%
Pegawai Swasta	13	11%
Wiraswasta/Wirausaha	9	8%
Ibu Rumah Tangga	24	20%
ASN/PNS	5	4%
Total	120	100%

Pendapatan		
Pendapatan	Responden	Peresentase
< 1 Juta	24	20%
< 1 – 3 Juta	46	38%
< 3 – 5 Juta	22	18%
< 5 – 7 Juta	7	6%
< 7 – 9 Juta	8	7%
> 9 juta	13	11%
Total	120	100%

Sudah berapakah kali membeli di Rumah Kue Viera		
Sudah berapakah kali membeli	Responden	Presentase
< 3 kali	20	17%
> 3 kali	100	83%
Total	120	100%

Lampiran 4 : Hasil Uji Kualitas Data

Uji Validitas

1. Kualitas Makanan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Kualitas Makanan (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	0,179	.227*	.236**	.409**	.372**	.607**
	Sig. (2-tailed)		0,051	0,013	0,01	0	0	0
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	0,179	1	0,06	.267**	.318**	.361**	.569**
	Sig. (2-tailed)	0,051		0,514	0,003	0	0	0
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	.227*	0,06	1	0,032	.271**	.216*	.491**
	Sig. (2-tailed)	0,013	0,514		0,725	0,003	0,018	0
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	.236**	.267**	0,032	1	.362**	.416**	.619**
	Sig. (2-tailed)	0,01	0,003	0,725		0	0	0
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.5	Pearson Correlation	.409**	.318**	.271**	.362**	1	.532**	.759**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,003	0		0	0
	N	120	120	120	120	120	120	120
X1.6	Pearson Correlation	.372**	.361**	.216*	.416**	.532**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,018	0	0		0
	N	120	120	120	120	120	120	120
Kualitas Makanan (X1)	Pearson Correlation	.607**	.569**	.491**	.619**	.759**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	
	N	120	120	120	120	120	120	120

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

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Lokasi (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Lokasi (X2)
X2.1					
Pearson Correlation	1	.305**	.306**	.525**	.787**
Sig. (2-tailed)		0,001	0,001	0,000	0,000
N	120	120	120	120	120
X2.2					
Pearson Correlation	.305**	1	0,044	.383**	.630**
Sig. (2-tailed)	0,001		0,633	0,000	0,000
N	120	120	120	120	120
X2.3					
Pearson Correlation	.306**	0,044	1	.226*	.591**
Sig. (2-tailed)	0,001	0,633		0,013	0,000
N	120	120	120	120	120
X2.4					
Pearson Correlation	.525**	.383**	.226*	1	.741**
Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,013		0,000
N	120	120	120	120	120
Lokasi (X2)					
Pearson Correlation	.787**	.630**	.591**	.741**	1
Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
N	120	120	120	120	120

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

3. Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Loyalitas Pelanggan (Y)
1	Pearson Correlation	1	0,175	.399**	.386**	.275**	.665**
	Sig. (2-tailed)		0,056	0,000	0,000	0,002	0,000
	N	120	120	120	120	120	120
2	Pearson Correlation	0,175	1	0,159	.283**	0,170	.547**
	Sig. (2-tailed)	0,056		0,084	0,002	0,063	0,000
	N	120	120	120	120	120	120
Y.3	Pearson Correlation	.399**	0,159	1	.409**	.267**	.682**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,084		0,000	0,003	0,000
	N	120	120	120	120	120	120
4	Pearson Correlation	.386**	.283**	.409**	1	.451**	.765**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,002	0,000		0,000	0,000
	N	120	120	120	120	120	120
5	Pearson Correlation	.275**	0,170	.267**	.451**	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,063	0,003	0,000		0,000
	N	120	120	120	120	120	120
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.665**	.547**	.682**	.765**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	120	120	120	120	120	120

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

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diararang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Reliabilitas

1. Variabel Kualitas Makanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,698	6

2. Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,616	4

3. Loyalitas pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,678	5

Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

1. Uji Kolmogrove – smornov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,14311724
	Absolute Differences	0,071
Most Extreme Differences	Positive	0,042
	Negative	-0,071
Test Statistic		0,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

^a Test distribution is Normal.

^b Calculated from data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

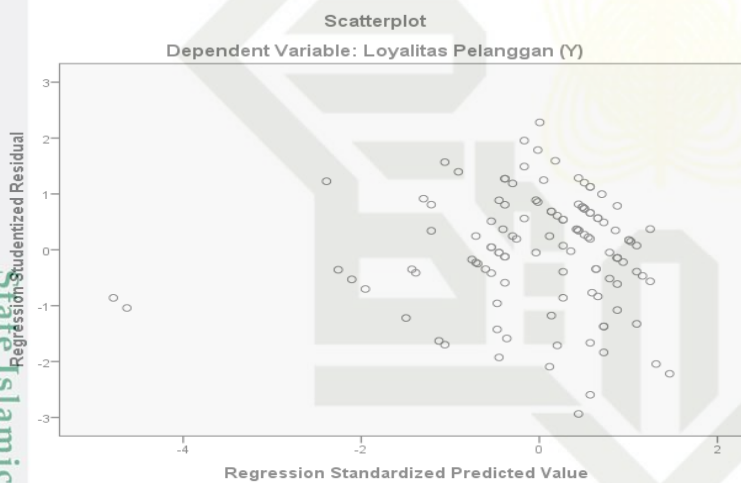
Uji Multikornieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,568	1,462		1,756	0,082		
Kualitas Makanan (X1)	0,367	0,074	0,411	4,999	0,000	0,557	1,795
Lokasi (X2)	0,525	0,106	0,408	4,961	0,000	0,557	1,795

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.748 ^a	0,559	0,551	2,161	1,996

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Kualitas Makanan (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Lampiran 6 : Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,568	1,462		1,756	0,082
Kualitas Makanan (X1)	0,367	0,074	0,411	4,999	0,000
Lokasi (X2)	0,525	0,106	0,408	4,961	0,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Lampiran 7 : Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,568	1,462		1,756	0,082
Kualitas Makanan (X1)	0,367	0,074	0,411	4,999	0,000
Lokasi (X2)	0,525	0,106	0,408	4,961	0,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	692,639	2	346,319	74,135	.000 ^b
Residual	546,561	117	4,671		
Total	1239,200	119			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Kualitas Makanan (X1)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	0,559	0,551	2,161

^a Predictors: (Constant), Lokasi (X₂), Kualitas Makanan (X₁)

^b Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Lampiran 8 : Tabel r untuk df 101 – 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Lampiran 9 : Titik Peresentase Distribusi t (df = 81 – 120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135

84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 10 : Tabel f


df untuk pembilang (N1)	df untuk pembilang (N1)														
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78	
2	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	
3	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	
4	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77	
5	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77	
6	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77	
7	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77	
8	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77	
9	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77	
10	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77	
11	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	
12	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	
13	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76	
14	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76	
15	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76	
16	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76	
17	3.09	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76	
18	3.09	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
19	3.09	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
20	3.09	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
21	3.09	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76	
22	3.09	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76	
23	3.09	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75	
24	3.09	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75	
25	3.09	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75	
26	3.09	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75	
27	3.09	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75	
28	3.09	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75	
29	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75	
30	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
 - a. Pengutipan harus mencantumkan sumber dan menuliskan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**CV VIERA
ANUGERAH
PERTAMA**

Jalan Melati, Bina Widya, No 2, Kec. Tampan,
Kota Pekanbaru, No Telp :081361949216
Email : rumahkuevierapku@gmail.com

SURAT KETERANGAN RISET
No: 012/SK/HRD/CVAP/IV/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Dini Hardiyanti**
Jabatan : **HRD**

Dengan ini menerangkan bahwa :


Nama : **Ega Prayoga**
NPM : **11970124880**
Fakultas / Prodi : **Ekonomi dan Ilmu Sosial**
Universitas : **Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim**
Judul Riset : **Pengaruh Kualitas Makanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru**

Benar telah melakukan riset di Viera Oleh - Oleh Pekanbaru dalam rangka penulisan skripsi guna untuk menyelesaikan tugas akhir.

Demikian surat ini kami sampaikan, untuk digunakan seperlunya.

Pekanbaru, 12 April 2023


 (Dini Hardiyanti, S.Psi)



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



EGA PRAYOGA, Lahir pada tanggal 15 Juli 2001 di Teluk Nayang, Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau. Anak pertama dari 4 bersaudara, dari pasangan Bapak Sastro (Alm) dan ibu Saripah Aini. Pendidikan pertama penulis di SDN 023 Kasang Bangsawan, kelulusan tahun 2013. Setelah lulus melanjutkan pendidikan di SMPN 4 Pujud, dan lulus pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan SMAN 1 Pujud, dan lulus pada tahun 2019. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) Jurusan Manajem konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2019 dan selesai pada tahun 2023. Selama masa perkuliahan penulis melakukan Praktek kerja Lapangan (PKL) di Kantor Walikota di Badan Pengelolaan Keuangan Aset Daerah (BPKAD) bagian Aset pada tanggal 10 Januari – 10 Maret 2022. Selanjutnya penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Teluk Pauh Kecamatan Cerenti Kabupaten Kuantan Singingi pada tanggal 04 Juli – 30 Agustus 2022. Selanjutnya penulis melakukan ujian Munaqasah pada hari senin tanggal 16 Oktober 2023 dengan judul Skripsi **“Pengaruh Kualitas Makanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Kue Viera Pekanbaru”** dan di nyatakan lulus dengan gelar Sarjana Ekonomi (SE) dengan Predikat **Memuaskan**.