

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung**

Menurut Basu Swastha promosi merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya.<sup>1</sup> Sehingga pada hakikatnya promosi merupakan jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. Dalam kegiatan ini setiap lembaga atau perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.<sup>2</sup> Dengan promosi masyarakat akan mengetahui manfaat, harga, dan keunggulan produk yang ditawarkan oleh Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung. Setelah konsumen mengetahui suatu produk dan keunggulan dari produk tersebut maka diharapkan konsumen akan terpengaruh dan terbujuk untuk membeli produk yang ditawarkan dan tidak beralih pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Berdasarkan hasil statistik uji t yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi promosi bernilai

---

<sup>1</sup> Basu Swastha, Irawan, *Manajemen...*, hlm 349

<sup>2</sup> Muhammad Jaiz, *Dasar-Dasar...*, hlm 43

positif dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung yang berarti  $H_1$  diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Endang Tjahjaningsih, yang berjudul “Pengaruh Citra dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang).<sup>3</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Supermarket Carrefour di Semarang.

Jadi, dari penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran sehingga calon pelanggan dapat mengambil keputusan menjadi pelanggan.

## **B. Pengaruh Kualitas Produk Halal terhadap Loyalitas Pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung**

Menurut Kotler, produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.<sup>4</sup> Kualitas produk merupakan kesan atau pendapat seseorang baik atau buruknya tentang suatu produk, baik dari desain produk dan manfaat produk bagi pelanggan yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil statistic uji t yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi kualitas produk

---

<sup>3</sup> Endang Tjahjaningsih, *Pengaruh Citra dan Promoso*,..... hlm 24

<sup>4</sup> Rhenald Kasali, *Modul...*, hlm 152

halal bernilai positif dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung yang berarti  $H_1$  diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melysa Elisabeth Pongoh yang berjudul “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado”.<sup>5</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado..

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk terpenuhi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat tetap bertahan dalam persaingan bisnis. Selain itu pada teori yang sudah dibahas seorang Muslim dianjurkan untuk mengkonsumsi produk-produk yang terjamin kehalalannya hal ini dikarenakan mengkonsumsi makanan dan minuman yang baik dan halal merupakan bagian dari perintah dan juga dalam ketentuan halal atau haramnya terkandung nilai spiritual serta mencerminkan keluhuran budi pekerti dan akhlak seseorang.

---

<sup>5</sup> Melysa Elisabeth Pongoh, *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan.....*, hlm 86

### **C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung**

Menurut Kotler dan Keller Pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu.<sup>6</sup> Kualitas dari pelayanan inilah yang dibeli oleh pelanggan. Jadi, kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling penting dalam membentuk keputusan menjadi pelanggan. Karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari masyarakat. Jika masyarakat simpati, maka akan menimbulkan kepervayaan sehingga pemasaran produk atau jasa akan lebih lancar, sehingga dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah.

Berdasarkan hasil statistic uji t yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari tabel *Coefficients* bahwa nilai koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung yang berarti  $H_1$  diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ellys, Nancy, Endo, dan Thomas yang berjudul “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5 Asec Surabaya”.<sup>7</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Laundry 5 Asec Surabaya.

---

<sup>6</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran...*, hlm 55

<sup>7</sup> Ellys, Nancy, Endo, dan Thomas, *Analisa Pengaruh Kualita...*, hlm 45

Jadi dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Dengan adanya pelayanan yang baik dan benar maka perusahaan tersebut akan memberikan perasaan senang yang muncul sehingga membentuk loyalitas pada pelanggan.

#### **D. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Halal, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung**

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa dari variabel-variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) yang terdiri dari promosi, kualitas produk halal, dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan variabel terikat ( $Y$ ) yaitu loyalitas pelanggan di Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung. Hal ini dapat ditunjukkan pada nilai koefisien regresi  $b_{1,2,3}$  dengan hasil positif yang berarti searah, jika nilai ketiga variabel tersebut naik 1 satuan, maka besaran nilai loyalitas pelanggan juga akan naik dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya konstan.

Sehingga promosi, kualitas produk halal, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung. Terlihat bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dengan signifikansi lebih kecil. Jadi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikansi antara promosi, kualitas produk halal, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Refresho Kedai Kopi Kepatihan Tulungagung.