

## **Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Minyak Goreng Bimoli pada Kelurahan Oeba Kota Kupang**

**Genoveva D. Lanngoday**

Prgram Studi S1 Terapan Manajemen Perusahaan, Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Kupang  
Email: [epynlangoday2@gmail.com](mailto:epynlangoday2@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam mengkonsumsi minyak goreng bimoli pada RT 002/RW 001 Kelurahan Oeba Kupang. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 30 responden. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif dan kualitatif serta sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, wawancara dan studi kepustakaan. Hasil penelitian adanya pengaruh positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas dengan nilai R square sebesar 73%. Kesimpulan variabel kepuasan memiliki pengaruh sebesar 73% terhadap variabel loyalitas, sedangkan sisanya sebesar 27% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci:** Kepuasan, Pelanggan dan Loyalitas.

### *ABSTRACT*

*The purpose of this study is to determine whether there is an influence of customer satisfaction on customer loyalty in consuming bimoli cooking oil, in RT 002 / RW 001 Oeba Kupang City. This type of research was survey research. Data was collected through a questionnaire distributed to 30 respondents. Furthermore, the other data used were secondary data sources. The data collection method was carried out using observation, documentation, interview and literature study techniques. As a result, there is a positive influence between customer satisfaction and loyalty. There is also an R square value of 73%. It can be concluded that the satisfaction variable has an effect of 73% on the loyalty variable, while the remaining 27% is influenced by other factors that were not examined.*

**Keywords:** *Customer, Satisfaction and Loyalty.*

## PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan dasar (pokok) yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik secara fisiologis, psikologis, sosial, maupun antropo-logis. Menurut Seto (2001). Pangan selalu terkait dengan upaya manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kesehatannya di muka bumi, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa makanan merupakan kebutuhan manusia dari semua umur dan golongan yang penting bagi kehidupan manusia.

Produksi minyak goreng di Indonesia dari tahun ke tahun cenderung mengalami peningkatan. Produksi minyak goreng terbanyak adalah minyak goreng sawit. Hal ini di karenakan masyarakat Indonesia kurang suka mengkonsumsi minyak goreng lain selain minyak goreng sawit dan kelapa. Selama ini konsumen menilai harga minyak goreng bimoli tergolong cukup mahal, namun perusahaan terus berfokus pada peningkatan kinerja produk sehingga *image* mahal terhadap produk dapat dikurangi. Harga yang lebih tinggi akan dibayar dengan kualitas yang baik pula. Minyak goreng adalah salah satu produk turunan dari minyak nabati dan sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok yang dikonsumsi hampir seluruh masyarakat Indonesia, baik yang berada di perkotaan, maupun di pedesaan, karena termasuk komoditas yang sangat strategis.

Walaupun konsumen minyak goreng telah merasa puas dalam mengkonsumsi minyak goreng bimoli, namun keadaan perekonomian seseorang atau keluarga mempengaruhi daya beli seseorang, karena harga minyak goreng bimoli tergolong tinggi maka pada saat tertentu banyak konsumen yang bisa beralih menggunakan minyak goreng lain yang harganya lebih murah dan terjangkau oleh konsumen.

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam mengkonsumsi minyak goreng merek bimoli Pada RT 002/RW 001 Kelurahan Oeba kota Kupang? Karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam mengkonsumsi minyak goreng merek bimoli pada RT 002/RW 001 Kelurahan Oeba kota Kupang. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Bagi Agen atau penjual penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyikapi masalah yang dihadapi dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan, dan dapat sebagai sumber informasi untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa guna memuaskan pelanggan.
- b. Bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan sebagai syarat menyelesaikan gelar sarjana S1 sains terapan.
- c. Bagi pembaca  
Menambah wawasan dalam hal kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan dijadikan sebagai referensi bagi penulis dan topik yang sama.

## METODE

### Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi menggunakan kusioner atau angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok, Sugiono (2015). Pada umumnya unit analisis dalam penelitian survei adalah individu oleh sebab itu unit analisis dalam penelitian ini adalah para pelanggan minyak goreng bimoli.

## Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

- a) Data kualitatif yaitu data penelitian yang bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didapatkan pada pendekatan teoritis dan penelitian logis.
- b) Data Kuantitatif yaitu data berbentuk angka yang sifatnya dapat dihitung dan diukur jumlahnya untuk diolah menggunakan statistik.

### 2. Sumber Data

Data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua macam yaitu

- a) Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden (pelanggan) baik secara langsung maupun menggunakan kuisioner berupa daftar pertanyaan yang dipersiapkan dan diberikan pada responden (pelanggan).
- b) Data sekunder adalah data berupa dokumen yang terdapat pada masyarakat kelurahan Oeba Kupang. Dan bagian-bagian lain yang terkait untuk mendukung pelaksanaan penelitian.

## Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013), Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian dapat dilakukan dengan meneliti sebagian dari populasi atau sampel, diharapkan hasil yang diperoleh dapat mewakili sifat atau karakteristik populasi yang bersangkutan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di RT 002/RW 001, Kelurahan Oeba Kupang, yang menjadi pelanggan minyak goreng bimoli.

Sementara itu, Sugiyono (2013) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling merupakan bagian dari metodologi statistik yang berhubungan erat dengan cara-cara pengambilan sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberikan peluang yang sama bagi anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih menjadi sampel. Metode *non probability sampling* dengan teknik pengambilan yaitu *purposive sampling*.

## Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melalui :

- a. Observasi merupakan teknik penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengamatan atau peninjauan secara langsung pada lokasi penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh data dalam penelitian.
- b. Wawancara Merupakan cara atau metode penulis dalam memperoleh suatu informasi kepada Masyarakat dengan cara melakukan atau interaksi langsung dengan pihak yang bersangkutan dengan cara bertanya.

- c. Daftar pertanyaan (Kuesioner) merupakan cara pengumpulan data dan mengumpulkan beberapa pertanyaan kepada responden yang kemudian ditanggapi oleh responden tersebut.
- d. Studi pustaka (berbagai macam buku sebagai referensi) pengumpulan data dan informasi dengan cara mengumpulkan beberapa buku sebagai bahan refrensi.

### **Teknik analisis data**

#### a) Analisis pendahuluan

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Dengan menggunakan *statistic deskriptif*, yaitu analisis yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis ini terdiri dari analisis karakteristik responden yaitunama, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan instrument penelitian berupa kuisioner, penulis menggunakan skala likert (*Likert's Summated Ratings*). Skala pengukuran dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan, (Sugiyono: 2013).

#### b) Analisis lanjutan

Tahapan analisis lanjutan digunakan dengan menggunakan statistik inferensial dengan menggunakan model model regresi sederhana. Regresi sederhana digunakan untuk memprediksikan perubahan variabel terikat sebagai akibat adanya perubahan variabel bebas. Dengan kata lain regresi sederhana digunakan untuk memprediksi pola hubungan langsung sebab akibat (kasualitas), sedangkan teknik korelasi digunakan untuk menganalisis kuatnya hubungan antara variabel, (Sugiyono: 2013). Sebelum melakukan analisis korelasi dan analisis regresi linier sederhana terlebih dahulu penelitian melakukan :

- a) Pengujian terhadap instrumen penelitian, pengujian tersebut uji validitas dan reliabilitas.
- b) Analisis data berupa analisis korelasi dan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan aplikasi versi SPSS versi 16,0.

#### c) Uji instrumen

Uji instrumen merupakan pengujian kualitas suatu instrumen yang digunakan untuk membuktikan suatu data yang diuji apakah data yang digunakan dalam penelitian. Adapun tahapan dalam ujian instrumen yaitu: Uji validitas.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketetapan dan kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur dengan skor sebesar 0,03, Sugiyono(2003). Penelitian ini menggunakan aplikasi pengelolaan data SPSS versi 16.0 dalam menguji validitas.

a. Reliabilitas.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaan atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil konsistensi apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda, Arikunto (2006) menyatakan bahwa untuk uji teknik *alpha cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,05 atau lebih.

c). Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Dalam analisis statistik parametrik, data berdistribusi normal adalah suatu keharusan sekaligus syarat mutlak yang harus terpenuhi. Adapun jika data didapati tidak berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis statistik non parametrik.

Salah satu rumus untuk menguji normalitas data, yaitu dengan menggunakan uji *shapiro willk*. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat beberapa kriteria yaitu membandingkan nilai alpa (0,05) atau 5% dengan nilai signifikan yakni jika  $P - Value \geq 0,05$  maka  $H_a$  diterima, sebaliknya jika  $P - Value \leq 0,05$  maka  $H_o$  ditolak.

d) Analisis data.

Setelah melakukan pengujian terhadap instrumen tersebut selanjutnya penelitian melakukan analisis data yaitu analisis regresi linier sederhana dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Minyak Goreng Bimoli. Dimana regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent dengan satu variabel dependent, Sugiyono (2013).

e) Uji hipotesis

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam mengembangkan variasi variabel independen. Menurut Ghazali (2005) dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah: jika angka probabilitas signifikan  $> 0,5$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (kepuasan pelanggan) secara individual tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) jika angka probabilitas signifikan  $< 0,5$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (kepuasan pelanggan) secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Uji validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana ketepatan alat ukur penelitian tentang arti sebenarnya diukur (Ghozali, 2007:59). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis butir, mengkorelasikan skor tiap butir kuesioner dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Jika koefisien korelasi ( $r$ ) bernilai positif dan lebih besar dari  $r$  tabel maka dinyatakan valid. Jika sebaliknya maka pernyataan yang bersangkutan dinyatakan tidak valid, dimana  $r$  tabel didapatkan sesuai dengan koesioner yang didapatkan ( $n$ ) setelah penyebaran kuesioner dilakukan.

#### 2. Uji Reabilitas

Analisis reabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran di ulang dua kali atau lebih. Metode yang digunakan dalam analisis reabilitas suatu variabel adalah *alpha cronbach*. Pengambilan keputusan suatu variabel di tentukan dengan besar kecilnya nilai  $r$  *alpha* dengan nilai 0,60 (Arikunto, 2002:213) apabila nilai tersebut lebih besar dari 0,60 maka variabel yang di teliti realibel. Adapun pengujian reabilitas dalam penelitian ini dapat pada tabel berikut:

**Tabel 10 Hasil uji reabilitas instrumen penelitian**

No	Variabel	Alpha Cronbach	Alpha Cronbach diisyaratkan	Keterangan
1	Kepuasan pelanggan (X)	0,754	> 0,60	Reliabel
2	Loyalitas pelanggan (Y)	0,735	> 0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 16.0

Hasil uji realibilitas instrumen di atas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel memiliki koefesien *alpha cronbach* antara 0,715 hingga 0,688. Semua nilai tersebut lebih besar dari pada 0,60, sehingga disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

### 3. Uji Normalitas (*shapiro willk*)

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal atau tidaknya. Untuk itu data yang telah ada sebenarnya harus memenuhi persyaratan normalitas, alat uji yang digunakan adalah *shapiro willk*. Data dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikannya lebih besar dari 0,05. Hasil analisi terhadap asumsi normalitas dengan *shapiro willk* terhadap nilai residual dari persamaan regresi disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 11 Hasil uji normalitas shapiro-wilk**

Sumber: olahan penulis SPSS 16.0

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji normalitas *shapiro willk* dinyatakan normal karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

### 4. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent dengan satu variabel dependent analisis regresi digunakan untuk melakukan prediksi atau peramalan, bagaimana perubahan nilai variabel dependent (kepuasan pelanggan) bila nilai variabel independen (loyalitas pelanggan) dinaikan atau diturunkan atau di manipulasi, Sugiyono (2013:270).Berdasarkan data hasil perhitungan regresi sederhana dengan bantuan aplikasi pengolahan data SPSS sebagai berikut :

22

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
loyalitas pelanggan	0.156	30	0.061	0.940	30	0.089

a. Lilliefors Significance Correction

Tabel Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

pelanggan

Sumber : olahan SPSS 16.0

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.818	2.741		2.853	.008
kepuasan pelanggan	1.214	.139	.854	8.704	.000

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7.818 + 1.214X$$

Jadi angka-angka tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta sebesar 7.818 artinya: jika kepuasan pelanggan X nilainya adalah 0 maka, loyalitas Y nilainya positif sebesar 7.818. koefisien regresi X sebesar 1.214 menyatakan bahwa kepuasan mengalami kenaikan maka loyalitas akan mengalami peningkatan sebesar 1.214.

a. Dependent Variable:  
loyalitas pelanggan

#### j. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan uji t, uji t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana pengaruh secara parsial variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil penelitian yang diolah maka diperoleh hasil perhitungan uji t dibawah ini :

### 6. Uji t

#### 1. Perumusan hipotesis penelitian

Ho: kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan minyak goreng bimoli pada RT 002/RW 001 kelurahan Oeba Kupang

Ha:kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam mengkonsumsi minyak goreng bimoli pada RT 002/RW 001 Kelurahan Oeba Kupang

Dalam uji t ini penulis menggunakan tingkat kepercayaan nilai alphanya ( $\alpha$ ) = 0,05(standar statistik)

Dasar pengambilan untuk uji t :

- Jika nilai sig < 0,05, atau nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig > 0,05, atau nilai t hitung < t tabel maka tidak dapat pengaruh antara variabel X terhadap Y.

#### 2. Mencari nilai t tabel

$$\text{Rumus t tabel : } t = ( \alpha/2 ; n-k-1)$$

Jadi nilai t tabel adalah sebagai berikut :

$$t \text{ tabel} = t = ( \alpha/2 ; n-k-1)$$

$$t = (0,05/2 ; 30-1-1)$$

$$t = 0,025 ; 28$$

$$t = 2,048$$

jadi nilai t tabelnya adalah 2,048.

3. Membandingkan nilai sig dan nilai  $\alpha$  (alpha)

Jadi diketahui nilai sig untuk berpengaruh kepuasan pelanggan (X) terhadap loyalitas (Y) adalah sebesar  $0,000 <$  dari nilai  $\alpha$ (alpha) yaitu sebesar 0,05.

Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima atau dengan kata lain variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap variabel loyalitas.

4. Membandingkan nilai t hitung dan nilai t tabel

Jadi diketahui nilai t hitung sebesar  $8,704 >$  dari nilai t tabel sebesar 2.084.

Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau dengan kata lain kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil rekapitulasi perhitungan jawaban responden tentang variabel bebas atau variabel X (kepuasan pelanggan) dan variabel terikat atau variabel Y (loyalitas pelanggan) yang diolah melalui data kuesioner dapat diketahui bahwa data kuesioner tersebut mendapatkan nilai rata-rata untuk variabel X (kepuasan pelanggan) sebesar 3,88%. Dan untuk variabel Y (loyalitas pelanggan) adalah sebesar 3,92%. Hal ini dibuktikan melalui hasil rekapitulasi pengolahan data dengan nilai tertinggi untuk variabel X sebesar 4,43 dan terendah 3,32. Sedangkan untuk variabel Y diperoleh nilai tertinggi 4,19 dan nilai terendah 3,32.

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana diketahui bahwa adanya pengaruh antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,721 atau 72,1%. Oleh karena itu disimpulkan bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh sebesar 72,1% terhadap variabel loyalitas.

Untuk mengetahui variabel yang diuji maka dilakukan dengan uji hipotesis melalui uji t. Hasil analisis data uji t dalam penelitian ini, yakni dengan membandingkan t hitung dan t tabel dimana jika t hitung lebih besar t tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, karena diketahui bahwa nilai t hitung sebesar  $8,704 >$  (lebih besar) dari nilai t tabel sebesar 2,048. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pada minyak goreng bimoli.

Berdasarkan hasil analisis tentang kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan sebesar 1 satuan akan berpengaruh pada peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 0,854 satuan yang dibuktikan pada nilai *Standardized Coefficients Beta* pada tabel 23.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Berdasarkan tabel perhitungan distribusi frekuensi jawaban responden tentang penilaian kepuasan pelanggan, nilai tertinggi terdapat pada item pernyataan no

- 1 dengan nilai rata-rata 4,43 dan nilai terendah terdapat pada item 5 dengan nilai rata-rata 3,32.
- b) Berdasarkan tabel perhitungan distribusi frekuensi jawaban responden tentang penilaian loyalitas, nilai tertinggi terdapat pada item 3 dengan nilai rata-rata 4,19 dan nilai terendah 3,32 terdapat pada item no 5.
  - c) Berdasarkan hasil uji validitas dan uji reabilitas diketahui bahwa keseluruhan item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan reliabel.
  - d) Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diketahui persamaan regresi  $Y = 7.818 + 1.214X$  sehingga adanya pengaruh yang positif antara kepuasan pelanggan dan loyalitas. Terdapat nilai R square yaitu sebesar 73%. Oleh karena itu disimpulkan bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh sebesar 73% terhadap variabel loyalitas. Sedangkan sisanya sebesar 27 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
  - e) Membandingkan nilai sig dan nilai  $\alpha$  (alpha) diketahui nilai sig untuk pengaruh kepuasan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  (lebih kecil) dari nilai  $\alpha$  (alpha) yaitu sebesar 0,05.

Dengan demikian, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas.

### **Saran**

1. Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan variabel responden maka penulis sarankan pihak minyak bimoli terus mempertahankan penilaian yang sudah diberikan konsumen sangat puas dan loyal dan juga kategori puas dan loyal di tingkatkan lagi ke sangat puas dan loyal agar konsumen terus menjadi pelanggan yang loyal pada minyak goreng bimoli.
2. berdasarkan data hasil kuesioner beberapa responden yang membeli minyak goreng bimoli menyatakan bahwa faktor harga menjadi salah satu faktor pertimbangan saat mereka melakukan pembelian. Produsen dapat melakukan kegiatan promosi penjualan berkala agar konsumen bimoli merasa semakin puas dan diuntungkan dengan membeli bimoli.
3. peneliti lanjutan bisa mengambil variabel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, (2008), *Marketing*, Yogyakarta :Media Presindo.
- Ali Hasan, 2009 *Marketing*, Yogyakarta: Medpress (anggota IKAPI)
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur penelitian; suatu pendekatan praktek*. Jakarta : Penerbit: PT Rineka Cipta.
- Basu Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua. Cetakan kedelapan. Jakarta : Penerbit Liberty
- Ersi Yuni Dzikiryati , 2018. "pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas produk UKM berbasis bahan baku terigu di Jawa Timur
- Farida Ida 2018. "Pengaruh penerapan layanan marketing Syariah dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan" penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei.
- Griffin (2000) *Management Edisi 2*. Erlangga Jakarta
- Griffin (2002) *customer loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*
- Griffin Jill.(2005). *Customer Loyalty, menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Gremler dan Brown dalam Hasan Ali, 2008. *Marketing Medpress*
- Gaspersz, 2005. *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Scorecard Dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*.