



**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(STUDI PADA RESTORAN DI PADANG GOLF PANGKALAN
JATI, DEPOK)**

TESIS

KRISTI ARIYANTI
55118110063
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2021



**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(STUDI PADA RESTORAN DI PADANG GOLF PANGKALAN
JATI, DEPOK)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana Program

Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

KRISTI ARIYANTI

55118110063

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2021

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Restoran Di Padang Golf Pangkalan Jati, Depok)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Kristi Ariyanti

NIM : 55118110063

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 2 Februari 2022

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Studi Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua infomasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 2 Februari 2022

Materai Rp.10.000,-



(Kristi Ariyanti)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Restoran Di Padang Golf Pangkalan Jati, Depok)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Kristi Ariyanti

NIM : 55118110063

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 2 Februari 2022



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister
Manajemen

(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si)

(Dr. Indra Siswanti, MM)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	:	Kristi Ariyanti
NIM	:	55118110063
Program Studi	:	Magister Manajemen

dengan judul

"The Influence of Location, Product Quality and Service Quality on Consumer Loyalty with Purchase Intention as Intervening Variable",

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 10/12/2021,
didapatkan nilai persentase sebesar 23%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Desember 2021

Administrator Turnitin



Aric Pangudi, A.Md

ABSTRACT

This study was written with the aim of examining the impact of location, product quality and service quality on consumer loyalty mediated by buying interest. The population analyzed is all people who visited at Golf Restaurant Pangkalan Jati Depok. Calculation of the sample using the formula Hair et al (2010) which explains that the sample is calculated based on the number of indicators multiplied by 5, so that 180 respondents are obtained. Structural Equation Model was chosen as the method of analysis using PLS software. The results show that product quality and service quality have a positive impact on buying interest and consumer loyalty. Location is not able to have an impact on Buying Interest and Consumer Loyalty. Purchase intention is not able to mediate Location to Consumer Loyalty. Meanwhile, Purchase Interest is able to mediate the effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty with the Partial Mediation category

Keywords : Consumer Loyalty, Purchase Intention, Location, Product Quality, Service Quality.



ABSTRAK

Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk menguji pengaruh lokasi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh minat beli. Populasi yang dianalisis adalah semua orang yang telah berkunjung di Restoran Golf Pangkalan Jati Depok dan. Perhitungan sampel dihitung berdasarkan jumlah indikator dikalikan 5, sehingga diperoleh 180 responden. Model Persamaan Struktural dipilih sebagai metode analisis menggunakan software PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat beli dan loyalitas konsumen. Lokasi tidak dapat berdampak pada Minat Beli dan Loyalitas Konsumen. Niat membeli tidak dapat memediasi Lokasi dengan Loyalitas Konsumen. Sedangkan Minat Beli mampu memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kategori Mediasi Parsial

Kata Kunci : Loyalitas Konsumen, Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Minat Beli.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karuniaNya kepada penulis serta salam penulis untuk junjungan Rasul Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Restoran Di Padang Golf Pangkalan Jati, Depok)”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar MM pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Secara khusus penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Achmad Fachrodji, Dr, MM sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan diskusi yang intensif terkait tesis penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan

Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Indra Siswanti, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Orang tua yang selalu memberikan motivasi kepada Saya.
5. Para Keluarga dan Sahabat yang sudah memberikan semangat.
6. Seluruh pihak Restoran Padang Golf Pangkalan Jati yang telah memberikan izin menjadi objek penelitian Saya.
7. Kepada seluruh responden yang telah membantu menjawab kuesioner pada penelitian ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman.

Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 2 Februari 2022



Kristi Ariyanti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR SIMILARITY CHECK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kontribusi Penelitian.....	10
1.4.1. Kontribusi Praktis.....	10
1.4.2. Kontribusi Teoretis	10
BAB II.....	11
2.1. Perilaku Konsumen	11
2.2. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	12
2.3. Loyalitas Konsumen	13
2.3.1. Definisi Loyalitas Konsumen	13
2.3.2. Dimensi Loyalitas Konsumen	14
2.3.3. Tahapan Loyalitas.....	15
2.3.4. Keuntungan Loyalitas Konsumen	19
2.3.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	21
2.4. Minat Beli.....	22
2.4.1. Definisi Minat Beli	22
2.4.2. Dimensi Minat Beli	23

2.4.3.	Tahapan Minat Beli	24
2.4.4.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	24
2.5.	Lokasi.....	26
2.5.1	Definisi Lokasi	26
2.5.2	Dimensi Lokasi.....	27
2.5.3	Tujuan dan Manfaat Lokasi.....	28
2.5.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi.....	29
2.6.	Kualitas Layanan	30
2.6.1.	Definisi Kualitas Layanan	30
2.6.2.	Dimensi Pelayanan	31
2.6.3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	32
2.7.	Kualitas Produk	35
2.7.1.	Definisi Kualitas Produk	35
2.7.2.	Dimensi Kualitas Produk	36
2.8.	Penelitian Terdahulu.....	36
2.9.	Kerangka Konseptual	47
2.9.1.	Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli.....	47
2.9.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	47
2.9.3.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	48
2.9.4.	Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen.....	48
2.9.5.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.....	49
2.9.6.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	49
2.9.7.	Pengaruh Minat Beli terhadap Loyalitas Konsumen.....	49
2.9.8.	Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Minat Beli sebagai variabel <i>intervening</i>	50
2.9.9.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Minat Beli sebagai variabel <i>intervening</i>	50
2.9.10.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Minat Beli sebagai variabel <i>intervening</i>	50
2.10.	Hipotesis.....	52
BAB III	53
3.1	Desain Penelitian	53
3.2	Operasional dan Pengukuran Variabel	53
3.2.1.	Definisi variabel.....	53

3.2.2. Pengukuran Variabel	55
3.3 Populasi dan Sampel	57
3.4 Metode Pengumpulan Data	58
3.5 Metode Analisis Data	59
BAB IV	65
4.1. Deskripsi Perusahaan.....	65
4.1.1. Statistik Deskriptif Responden.....	68
4.1.2. Statistik Variabel Penelitian	70
4.1.3. Evaluasi Measurment (Outer) Model	74
4.1.4. Evaluasi Model Structural (Inner) Model	80
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V.....	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	109



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keluhan pada Aplikasi <i>Merchant</i> Pembelian <i>Online</i> Tahun 2020	4
Tabel 1.2 <i>Pra Survey</i> Faktor-Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen....	6
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu Nasional	37
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu International.....	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.2 Skala Penelitian Kuesioner	58
Tabel 4.1 Deskriptif Responden.....	68
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen	70
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Minat Beli	71
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Lokasi.....	71
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	72
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	73
Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	75
Tabel 4.8 Hasil Pengujian AVE	77
Tabel 4.9 Uji Fornell <i>Lacker Criterion</i>	77
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	82
Tabel 4.14 Hasil Uji Evaluasi Model Fit	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung	84
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung.....	85
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Omset Restoran di Padang Golf Pangkalan Jati Tahun 2020.....	3
Gambar 1.2 Data Konsumen Baru dan Tetap Restoran di Padang Golf Pangkalan Jati	4
Gambar 1.3 Frekuensi Pengunjung Bulanan Konsumen <i>Membership</i>	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	51
Gambar 4.1 Golf Pangkalan Jati	65
Gambar 4.2 Restoran Golf Pangkalan Jati	66
Gambar 4.3 Restoran Golf Pangkalan Jati	66
Gambar 4.4 Makanan <i>Buffee</i> Restoran Golf Pangkalan Jati	67
Gambar 4.5 Menu Makanan Restoran Golf Pangkalan Jati	67
Gambar 4.6 Hasil Output Diagram Jalur.....	75
Gambar 4.7 Hasil Uji Bootstrapping.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	113
Lampiran 3. Data <i>Outer</i> Model.....	135
Lampiran 4. Data <i>Inner</i> Model.....	137
Lampiran 5. <i>Cek Similarity</i>	131
Lampiran 6. <i>Curriculum Vitae</i>	132

