

**PENGARUH LOKASI DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING DI SOTO KLEGO
H.KUNAWI KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

GHINA JAZILA

NIM 4119181

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH LOKASI DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING DI SOTO KLEGO
H.KUNAWI KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

GHINA JAZILA

NIM 4119181

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ghina Jazila

NIM : 4119181

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dengan bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 2 Februari 2024
Yang menyatakan,



Ghina Jazila
NIM 4119181

NOTA PEMBIMBING

Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.

Jebogo 1 Sumurjomblangbogo, Bojong, Pekalongan.

Lampiran : 2 (Dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ghina Jazila

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Ghina Jazila

NIM : 4119181

Judu Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Konsumen Pada Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.

Naskah tersebut telah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 31 Januari 2024



Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.

NIP.199110262019032014



**KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Ghina Jazila**

NIM : **4119181**

Judul Skripsi : **Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Konsumen
Pada Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan
Pelanggan Sebagai Variabel Intervening
Di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan**

Dosen : **Wilda Yulia Rusyida, M.Sc.**

Telah diujikan pada hari ini Rabu, 20 Maret 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. AM. Mah. Khafidz MS. M.Ag
NIP. 19780616200312 10003

Penguji II

Qurrota A'yun, M.H.I
NIP. 199103222020122020

Pekalongan, 20 Maret 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“ Mahkota seseorang adalah akalnya, Derajat seseorang adalah agamanya, sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya”

Umar Bin Khattab

“ Berbahagialah dengan apa yang kamu miliki. Bersemangatlah tentang apa yang kamu inginkan”

Alan Cohen

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan segala nikmat, karunia dan kasih sayangnya, sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Baginda Agung Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Dengan penuh ketulusan hati yang mendalam dari penulis setelah melalui berbagai tahapan dan proses yang saat ini telah selesai. Pada kesempatan ini penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Keluarga terutama kedua orang tua saya, Almarhum Bapak A. Sofyan Syaikhu dan Ibu saya tercinta yaitu Ibu Salatun yang telah dengan sabar dan ikhlas mendidik serta telah memberikan dukungan berupa semangat, tekanan dan nasihat sehingga penulis memiliki kegigihan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak saya Najma Dzalaila yang senantiasa memberikan arahan, motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
3. Adik saya Humaira Atika yang senantiasa menghibur saya, memberikan candaan dan motivasinya agar tetap pada keinginan saya untuk menyusun skripsi ini.
4. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan membimbing serta memberikan arahan terkait dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
6. Ibu Siti Aminah Chaniago, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Pihak Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.

8. Sahabat baikku Annas Widiya Safitri dan Nala Klimiana yang setia mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan penulis semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-temanku, penulis ucapkan terima kasih atas kebahagiaannya selama empat setengah tahun ini.
10. Orang spesial yaitu diri saya sendiri , terima kasih telah kuat, pantang meyerah dan bertahan sampai dititik ini untuk selalu semangat dan terus bahagia. Terimakasih atas segalanya.
11. Segenap staf Ekos yang telah membantu kelancaran administrasi selama perkuliahan.
12. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 dan Angkatan 2020 jurusan Ekonomi Syariah UIN Gusdur Pekalongan, yang telah memberikan pengalaman berharga dan ilmu di luar kelas yang sangat luar biasa.
13. Serta orang-orang baik yang tidak bisa sebutkan satu persatu telah membantu penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

ABSTRAK

GHINA JAZILA. Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.

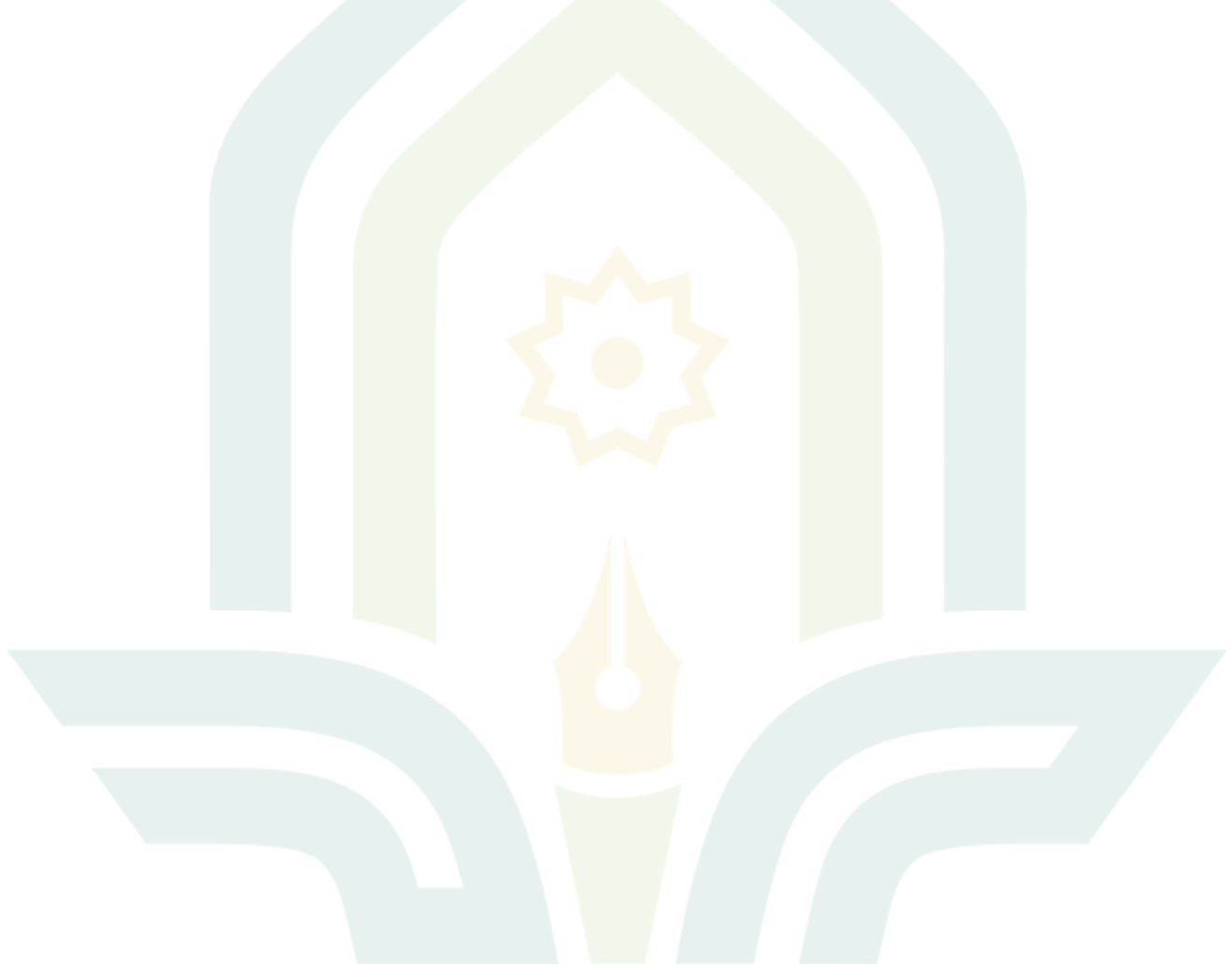
Industri makanan sekarang amat dicari karena mudah dibuat dan menghasilkan keuntungan besar di masa depan. . Industry ini saat ini telah menjadi perhatian dan diminati oleh pelaku usaha karena memiliki prospek yang menjanjikan. Pemilik bisnis makanan harus sangat menyadari potensi perubahan dan siap untuk menemukan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Untuk memenuhi tuntutan yang selalu berubah, mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan tugas penting perusahaan. Loyalitas pelanggan kunci penting untuk keberhasilan perusahaan. Loyalitas pelanggan terjadi ketika pembeli rutin berbelanja barang atau jasa dari penjual yang sama. Lokasi, kepercayaan konsumen, serta kepuasan konsumen adalah komponen yang turut mempengaruhi loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui adanya pengaruh lokasi dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan adalah Lokasi , Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Soto Klego H.Kunawi Pekalongan. Sedangkan pengambilan sampelnya dilakukan menurut rumus lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner. Dan metode analisis yang digunakan adalah melalui Uji Jalur (Path Analysis), dimana variabel Kepuasan Pelanggan berkedudukan sebagai variabel intervening Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dengan bantuan SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.

Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan. Kepuasan Pelanggan tidak signifikan dan tidak mampu memediasi Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan. Kepuasan Pelanggan signifikan dan mampu memediasi Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.

Kata Kunci : Lokasi, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

GHINA JAZILA. The Influence of Location and Consumer Trust on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Soto Klego H.Kunawi, Pekalongan City.

The food industry is now highly sought after because it is easy to make and produces big profits in the future. This industry has now become the concern and interest of business actors because it has promising prospects. Food business owners must be keenly aware of the potential for change and ready to discover and meet customers' changing needs. To meet ever-changing demands, maintaining customer loyalty is an important task for companies. Customer loyalty is an important key to a company's success. Customer loyalty occurs when buyers regularly shop for goods or services from the same seller. Location, consumer trust, and consumer satisfaction are components that also influence customer loyalty. The purpose of this research is to test and determine the influence of location and consumer trust on customer loyalty through customer satisfaction.

This research is a type of quantitative research. The variables used are Location, Consumer Trust, Customer Loyalty and Customer Satisfaction. The population in this research is consumers of Soto Klego H.Kunawi Pekalongan. Meanwhile, sampling was carried out according to the Lemeshow formula with a sample size of 97 respondents. The data source in this research is primary data. The data collection method used was distributing questionnaires. And the analysis method used is through Path Analysis, where the Customer Satisfaction variable acts as an intervening variable. This research uses the path analysis method with the help of SPSS 22.

The research results show that location does not have a significant effect on customer loyalty and customer satisfaction at Soto Klego H.Kunawi, Pekalongan City. Consumer trust has a positive and significant effect on customer loyalty and customer satisfaction at Soto Klego H.Kunawi, Pekalongan City. Customer Satisfaction is not significant and is unable to mediate Location on Customer Loyalty of Soto Klego H.Kunawi, Pekalongan City. Customer satisfaction is significant and is able to mediate consumer trust in customer loyalty at Soto Klego H.Kunawi, Pekalongan City.

Keywords: Location, Consumer Trust, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirrobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas kemurahan-Nya yang telah memberikan kemudahan, ketabahan, kesabaran, semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, Shalawat serta salam senantiasa kita curahkan kepada Baginda Agung Nabi Muhammad SAW, suri tauladan para umatnya dan selalu kita tunggu syafaatnya pada hari kiamat. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa, banyaknya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai menyusun skripsi ini. Ucapan terima kasih dengan setulus hati, penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini, yakni kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan,
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Happy Sista Devi, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Ibu Wilda Yulia Rusyida, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran serta memberikan bimbingan, pengarahan dan nasihatnya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Ibu Siti Aminah Chaniago, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Pihak Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan yang telah

- memberikan bantuan dalam mem[eroleh data yang saya perlukan.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
 10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 2 Februari 2024

Penulis,



Ghina Jazila
NIM. 4119181

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvii
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN	xxvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9

1. Perilaku Konsumen	9
2. Loyalitas pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)	10
3. Lokasi.....	11
4. Kepercayaan Konsumen	12
5. Kepuasan Pelanggan	13
B. Telaah Pustaka	15
C. Kerangka Berfikir	24
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Pendekatan Penelitian.....	29
C. Setting Penelitian	29
D. Populasi dan Sampel.....	29
E. Variabel Penelitian.....	30
F. Sumber Data	32
G. Teknik Pengumpulan Data	32
H. Metode Analisis Data	33
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Deskripsi Data Penelitian	38
1. Deskripsi Data Penelitian.....	38
2. Deskripsi Data Responden	46
3. Karakteristik Responden	47
C. Hasil Analisis Data	49
1. Uji Instrumen Data.....	49
2. Uji Asumsi Klasik.....	52
D. Pembahasan Hasil Penelitian	77

BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	I
Lampiran 1	I
Lampiran 2	II
Lampiran 3	VI
Lampiran 4	XVI
Lampiran 5	XVIII
Lampiran 6	XX
Lampiran 7	XXV
Lampiran 8	XXVI
Lampiran 9	XXVIII
Lampiran 10	XXIX
Lampiran 11	XXXI
Lampiran 12	XXXII
Lampiran 13	XXXIV
Lampiran 14	XXXV
Lampiran 15	XXXVI
Lampiran 16	XXXVII
Lampiran 17	XXXVIII
Lampiran 18	XXXIX

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap, termasuk tanda *Syaddah*, ditulis lengkap
 أحمدية : ditulis Aḥmadiyyah**

C. Ta' Marbutah

1. Transliterasi *Ta marbutah* hidup atau harakat fathah, kasrah dan dhammah, maka ditulis dengan “t” atau “h”

Contoh: زكاة الفطر : *Zakāt al-Fitri* atau *Zakāh al-Fitri*

2. Transliterasi *Ta marbutah* mati dengan “h”

Contoh: طلحة : Talhah

Jika *Ta marbutah* diikuti kata sandang “al” dan bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta marbutah* tu ditransliterasikan dengan “h”

Contoh: روضة الجنة : *Rauḍah al-Jannah*

3. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

4. جماعة : ditulis *Jamā'ah*. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis t

نعمة الله : ditulis *Ni'matullāh*

زكاة الفطر : *Zakāt al-Fitri*

D. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

NO	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	-----َ-----	Fattah	a	a
2.	-----ِ-----	Kasrah	i	i
3.	-----ُ-----	Dammah	u	u

Contoh:

كتب – kataba يذهب - yazhabu

سئل – su'ila ذكر – zukira

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

NO	Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
----	-------	------	-------------	------

	Vokal			
1.	يَ	Fattah dan ya	ai	ai
2.	وَّ	Fattah dan waw	au	au

Contoh:

كيف – kaifa حول - haula

E. Vokal Panjang (Maddah)

Vokal panjang atau maddah yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

NO	Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
1.	اَ	fattah dan alif	ā	a bergaris atas
2.	اِيَّ	fattah dan alif layyinah	ā	a bergaris atas
3.	يِ	kasrah dan ya'	ī	i bergaris atas
4.	وُ	dammah dan waw	ū	u bergaris atas

Contoh:

تحيون : tuhibbūna

الإنسان : al-insān

رمى : Rama

قبيل : qīla

F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم : ditulis *a'antum*

مؤنث : ditulis *mu'annas*

G. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalalah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan.

Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan ...
2. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan ...

3. *Masya' Allah kana wa malam yasya' lam yakun.*

4. *Billah 'azza wa jalla*

5. Jika diikuti huruf Qomariyah ditulis al-

Contoh:

القران ditulis *al-Qur'an*

6. Bila diikuti huruf Syamsiyah, huruf I diganti dengan huruf Syamsiyah yang mengikutinya

Contoh:

السَّيِّعة : ditulis *as-Sayyi'ah*

H. Huruf Ganda (Syaddah atau Tasydid)

Transliterasi Syaddah atau Tasydid dilambangkan dengan huruf yang sama baik ketika berada di ditengah maupun di akhir.

Contoh:

مُحَمَّد : *Muhammad*

الوَدّ : *al-Wudd*

I. Kata Sandang “ال”

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah dan huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

Contoh:

القران ditulis *al-Qur'an*

J. Huruf Besar/Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, namun dalam transliterasi ini disamakan dengan penggunaan bahasa Indonesia yang berpedoman pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) yakni penulisan huruf kapital pada awal kalimat, nama diri, setelah kata sandang “al”, dll.

Contoh:

الإمام الغزالي : *al-Imam al-Gazali*

السبع المثاني : *al-Sab'u al-Masani*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya lengkap dan kalau disatukan dengan kata lain

sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نصر من الله : Nasrun Minallahi

الله الأمر جميعا : Lillahi al-Amr jamia

K. Huruf Hamzah

Huruf *Hamzah* ditransliterasikan dengan koma di atas (') atau apostrof jika berada di tengah atau di akhir kata. Tetapi jika *hamzah* terletak di depan kata, maka *Hamzah* hanya ditransliterasikan harakatnya saja.

Contoh:

إحياء علوم الدين : Ihya' 'Ulum al-Din

L. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وان الله لهو خير الرازقين : wa innallaha lahuwa khair al-Raziqin

M. Kata Dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut

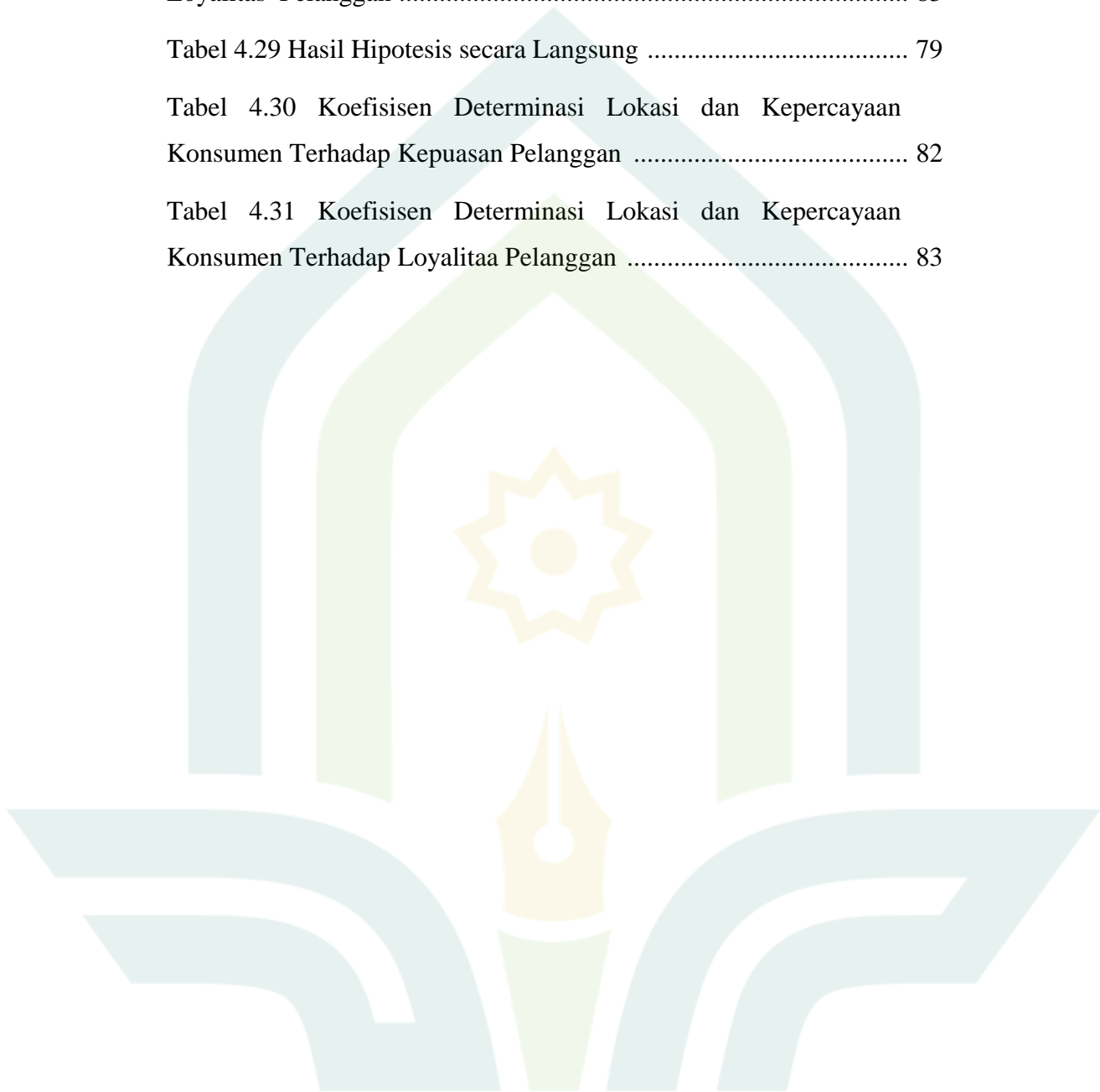
شيخ الإسلام : ditulis *syaikh al-Islam* atau *syaikhul Islam*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran Menurut Kecamatan di Kota Pekalongan 2017-2019	1
Tabel 1.2 Omset Penjualan Soto Klego H.Kuanwi Kota Pekalongan.....	4
Tabel 3.1 Definisi Variabel Operasional	36
Tabel 4. 1 Distribusi jawaban Responden Variabel Lokasi (X1)	46
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Variabel Kepercayaan Konsumen (X2)	48
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	51
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X2)	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas melalui Kolmogorov-Smirnov dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Endogen	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas melalui Kolmogorov-Smirnov dengan Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Endogen	63

Tabel 4.115 Hasil Uji Multikolinieritas dengan Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Endogen	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Endogen	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Gletser dengan Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Endogen	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Gletser dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Endogen	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Analiasi Regresi pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I	71
Tabel 4.21 Hasil Uji Analiasi Regresi pengaruh Lokasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II	74
Tabel 4.23 Dasar Perhitungan Analisis Jalur	74
Tabel 4.24 Pengaruh Langsung Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	79
Tabel 4.25 Pnegaruh Langsung Kepercayaan Kosnuen Terhadap Loyalitas Pelanggan	80
Tabel 4.26 Pnegaruh Langsung Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	81
Tabel 4.27 Pnegaruh Langsung Kepercayaan Kosnuen Terhadap Kepuasan Pelanggan	81

Tabel 4.28 Pnegaruh Langsung Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	83
Tabel 4.29 Hasil Hipotesis secara Langsung	79
Tabel 4.30 Koefisisen Determinasi Lokasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan	82
Tabel 4.31 Koefisisen Determinasi Lokasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitaa Pelanggan	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	28
Gambar 3.1 Diagram Analisis Jalur	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Melalui Probability Plot dengan Loyalitas sebagai Variabel Endogen	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Melalui Probability Plot Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Endogen	64
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Scatterplot Plot Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Endogen	66
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Scatterplot Plot Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Endogen	67
Gambar 4.6 Skema Analisis Jalur	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Data Identitas Responden	II
Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner	V
Lampiran 4 Hasil Analisis Karakteristik Responden	VXI
Lampiran 5 Deskripsi Data Variabel	XVII
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	XX
Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas	XXV
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	XXVI
Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinieritas	XXVIII
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	XXIX
Lampiran 11 Hasil Uji Path Analysis	XXXI
Lampiran 12 Hasil Uji T	XXXII
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	XXIV
Lampiran 14 Surat Izin Penelitian	XXXV
Lampiran 15 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	XXXVI
Lampiran 16 Dokumentasi	XXXVII
Lampiran 17 Surat Keterangan <i>Similiarty Cheking</i>	XXXVIII
Lampiran 18 Riwayat Hidup Penulis	XXXIX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri makanan sekarang amat dicari karena mudah dibuat dan menghasilkan keuntungan besar di masa depan (Giovani, 2018). Industri ini saat ini telah menjadi perhatian dan diminati oleh pelaku usaha karena memiliki prospek yang menjanjikan. Salahsatu usaha yang paling diminati oleh masyarakat di industry ini sangat beragam, misalnya rumah makan, depot, warung makan, cafe dan lain lain.

Menurut BPS Kota Pekalongan tahun 2018-2020, jumlah restoran di Kota Pekalongan bertambah setiap tahunnya.

**Tabel. 1.1 Jumlah Restoran
Menurut Kecamatan di Kota Pekalongan, 2018–2020**

Kecamatan + Kota	Banyaknya Restoran/ Rumah Makan		
	2018	2019	2020
Pekalongan Barat	98	123	46
Pekalongan Timur	92	123	123
Pekalongan Selatan	7	9	17
Pekalongan Utara	32	49	39
Kota Pekalongan	229	318	225

Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan restoran di Kota Pekalongan dan peningkatan persaingan bisnis rumah makan. Bisnis rumah makan yang enak, cepat, dan murah sekarang menjadi lebih umum karena pergeseran pola hidup masyarakat di kota-kota yang sibuk (Jamaludin, 2010). Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan memiliki banyak peminat dan ruang untuk berkembang. Akibatnya, setiap pemilik bisnis harus sangat menyadari potensi perubahan dan

siap untuk menemukan dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah.

Untuk memenuhi tuntutan yang selalu berubah, mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan tugas penting perusahaan. Loyalitas pelanggan kunci penting untuk keberhasilan perusahaan. Loyalitas pelanggan terjadi ketika pembeli rutin berbelanja barang atau jasa dari penjual yang sama. Lokasi, kepercayaan konsumen, serta kepuasan konsumen adalah komponen yang turut mempengaruhi loyalitas dari konsumen pada penelitian ini. Lokasi yakni suatu elemen utama dan menentukan kesuksesan suatu bisnis. Kegiatan usaha dilakukan di lokasi sebagai tempat usaha, Mengembangkan bisnis sangat dipengaruhi oleh lokasinya terhadap lingkungan, cara mencapainya, dan waktu yang ditempuh untuk sampai dilokasi (Lahura et al., 2023).

Perusahaan harus memilih tempat bisnisnya (Rumah Makan) dengan teliti. Lokasi harus dekat dengan pusat kota dan kegiatan masyarakat lainnya. Sangat penting untuk mempertimbangkan lokasi untuk kemudahan akses karena ada masalah dengan lokasi dan kepercayaan konsumen, seperti masalah lokasi yang diamati di lapangan. Namun, lokasi Soto Klego H.Kunawi kurang strategis karena berada di gang 5 di Kelurahan Klego. Selain itu, ada masalah parkir yang jauh dari lokasi rumah makan karena tempatnya tidak terlalu besar. Namun, hal ini tidak mengurangi kepercayaan konsumen, yang membuat rumah makan Soto Klego H.Kunawi tetap laris dan ramai pembeli.

Perusahaan yang ingin mempertahankan dan memenangkan pelanggan harus membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung menjadi puas karena kepercayaan yang mereka peroleh dari pengalaman positif. Kepuasan pelanggan adalah hasil dari pemenuhan ekspektasi pelanggan dan peningkatan dan pembentukan kepuasan pelanggan (Zulfa, 2010).

Bisnis rumah makan di Kota Pekalongan selain nasi megono sebagai makanan yang menjadi ciri khas makanan terkenal . ada satu bisnis kuliner khas yang jarang ditemukan ditempat lain yaitu soto tauco dengan bumbu tauco. Soto Tauco khas Pekalongan adalah hidangan khas dari daerah Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia. Ini memiliki ciri khas dengan penggunaan tauco (pasta kedelai fermentasi) sebagai bumbu utama, yang memberikan hidangan ini rasa yang gurih dan beraroma khas. Warung soto tauco yang legendaris dan terkenal di Pekalongan maupun diluar Pekalongan adalah warung Soto Klego H. Kunawi. Warung soto tauco yang kondang berdiri sejak tahun 1970. Warung Soto Klego H.Kunawi berlokasi di gg.5 kelurahan Klego, Kota Pekalongan, Jawa Tengah.

Soto Klego H.Kunawi sendiri memiliki menu andalan yaitu soto daging dan soto jeroan sapi yang kuahnya yang kental ,asam, manis dan gurih mencerminkan soto khas dengan tauco. Meskipun banyak rumah makan soto yang juga menggunakan bahan utama yang sama yaitu tauco, rumah makan ini tetap menjadi idaman dan selera masyarakat Pekalongan dan sekitarnya. Rumah makan soto ini berhasil mempertahankan eksistensinya walaupun banyak rumah makan sejenis yang sama. Table berikut menunjukkan hasil wawancara dengan pengelola Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2
Omset Penjualan Soto Klego H. Kunawi
Bulan Maret- September 2023

Bulan	Omset Penjualan Setiap Bulan	Kenaikan/ Penurunan Omset Setiap Bulan
Maret	Rp. 344.176.000	
April	Rp. 281.424.000	-62.752.000
Mei	Rp. 327.096.000	+ 45.672.000
Juni	Rp. 267.036.000	- 60.060.000

Juli	Rp. 256.872.000	- 10.164.000
Agustus	Rp. 363.132.000	+ 106.260.000
September	Rp. 275.352.000	- 87.780.000

Dari table 1.2 merupakan menunjukkan bahwa omset penjualan meningkat dan menurun setiap bulan. Peningkatan dan penurunan omset suatu bisnis dipengaruhi oleh banyak variabel, dan ini adalah hal biasa bagi industri makanan. Rumah makan Soto Klego H.Kunawi memiliki omset bulanan yang besar, yang dapat menunjukkan berapa banyak pelanggan yang datang setiap bulannya. Diharapkan bahwa tingkat kepercayaan, loyalitas, dan kepuasan pelanggan di Soto Klego H.Kunawi akan tetap tinggi meskipun lokasinya berada di dalam gang di desa. Dalam situasi di mana bisnis rumah makan soto yang sejenis bersaing satu sama lain. Kesuksesan jangka panjang rumah makan Soto Klego H.Kunawi bergantung pada upayanya untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, menjamin kepuasan pelanggan, dan meningkatkan volume penjualan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan dapat menghasilkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak yang meneliti hubungan antara lokasi dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Romadhoni et al., (2023) dimana mendapati adanya hubungan yang positif dari lokasi terhadap kepuasan konsumen, dimana ini selaras terhadap Lahura et al., (2023) dengan hasil lokasi memiliki pengaruh pada loyalitas konsumen secara signifikan. Sementara penelitian Vira (2023) menemukan bahwa lokasi tidak mempengaruhi kepuasaan pelanggan.

Penelitian tentang hubungan antara kepercayaan konsumen dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan penelitian dari Sudirman et al., (2020) membuktikan keyakinan tidak dapat mengontrol hubungan antara persepsi merek dan kepuasan konsumen. Kondisi ini selaras terhadap penelitian

Hafidz & Muslimah (2023) dengan hasil kepercayaan serta kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh loyalitas konsumen. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Sugih Prakoso (2016) membuktikan bahwa Kepercayaan berdampak bagi Loyalitas Pelanggan.

Penelitian tentang hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan terdapat kesenjangan yaitu penelitian Bintari, W.P., Udayana, I., & Maharani (2022) dimana membuktikan kepuasan konsumen tidak memberikan pengaruh untuk loyalitas konsumen. Sementara penelitian Farida & Prabowo (2023) menjelaskan kepuasan konsumen sangat memengaruhi loyalitas konsumen.

Penelitian tentang hubungan antara lokasi dengan loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen selaku variabel intervening terdapat dalam penelitian Putri et al., (2017) membuktikan bahwa kualitas produk, lokasi, serta kepuasan berdampak bagi loyalitas pelanggan. Disisi lain juga didukung oleh penelitian Emik Iriyanti & Suharto (2016) melalui kepuasan sebagai variabel intervensi, menunjukkan bahwa ada hubungan diantara kualitas produk, harga, serta lokasi terhadap loyalitas pelanggan secara positif signifikan.

Berdasar pada latar belakang diatas, terdapat sebuah *research gap* dari beragam penelitian sebelumnya, sehingga akan dilaksanakan penelitian kembali dengan judul: **“Pengaruh Lokasi Dan Kepercayaan Konsumen Pada Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasar dari latar belakang, peneliti akan mengambil sejumlah rumusan masalah berupa:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan?

3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan?
4. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan?
6. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan?
7. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepercayaan konsumen melalui kepuasan pelanggan di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan?

C. Pembatasan Masalah

Peneliti telah menetapkan batasan untuk memastikan bahwa subjek penelitian ini tidak terlalu luas. Batasan yang dimaksud diantaranya:

1. Lokasi pelaksanaan penelitian yakni Kota Pekalongan
2. Variabel yang digunakan meliputi variabel independent (X_1) yaitu lokasi, (X_2) kepercayaan konsumen, dengan variabel dependen (Y) berupa loyalitas pelanggan, serta variabel intervening (Z) berupa kepuasan pelanggan.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini yakni:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk memahami pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.
 - b. Untuk memahami pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.
 - c. Untuk memahami pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.

- d. Untuk memahami pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan..
 - e. Untuk memahami pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan..
 - f. Untuk memahami pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.
 - g. Untuk memahami pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.
2. Manfaat Penelitian
- a. Manfaat teoritis
 - i. Mampu digunakan sebagai sumber penelitian ilmiah untuk memperluas perspektif dan pemahaman tentang penelitian yang serupa.
 - ii. Hasil yang didapat bisa dipergunakan menjadi contoh sekaligus memberikan kontribusi bagi penelitian akademik dan penelitian lainnya.
 - b. Manfaat Praktis
 - i. Bagi Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan
Penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan sebagai bahan evaluasi.
 - ii. Bagi peneliti
Diharapkan bahwa hasil penelitian dapat mengimbuhkan literatur dan perhatian tentang manajemen pemasaran. terutama studi terkait “Pengaruh Dan Kepercayaan Konsumen Pada Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan.”

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini pembahasan dan penyajian hasil penelitian ini penyusun menggunakan sistematika dengan membagi pembahasan sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN**
Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta tujuan penelitian.
- BAB II KERANGKA TEORI**
Bab ini menjelaskan teori-teori tentang landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir dan hipotesis. Landasan Teori, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berfikir dan Hipotesis.
- BAB III METODE PENELITIAN**
Bab ini mencakup jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengambilan data, serta metode analisis data.
- BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN**
Bab ini membahas deskripsi umum meliputi objek penelitian, deskripsi data, penyajian dan analisis serta pembahasan
- BAB V PENUTUP**
Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian pembahasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan untuk perbaikan selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan di Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan tentang pengaruh lokasi dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan tidak mempengaruhi Loyalitas Pelanggannya,
2. Kepercayaan Konsumen yang dimiliki Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan mempengaruhi Loyalitas Pelanggannya
3. Lokasi Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan tidak mempengaruhi Kepuasan Pelanggan,
4. Kepercayaan konsumen yang dimiliki Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan mempengaruhi Kepuasan Pelanggannya,
5. Loyalitas pelanggan yang dimiliki Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan,
6. Lokasi Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan tidak mempengaruhi Loyalitas pelanggannya melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening,
7. Kepercayaan konsumen yang dimiliki Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan mempengaruhi Loyalitas Pelanggannya melalui Kepuasan pelanggan sebagai Variabel Intervening.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menunjukkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan
Loyalitas dan Kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh Lokasi. Lokasi juga tidak memengaruhi Loyalitas Pelanggan secara tidak langsung melalui Kepuasan Pelanggan. Namun, peneliti mengatakan bahwa Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan perlu memperluas dan mengembangkan lokasi agar lebih nyaman bagi pelanggan.

Kepercayaan Konsumen memengaruhi Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan secara tidak langsung memengaruhi Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Sehingga menurut peneliti kepercayaan konsumen yang dimiliki Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan agar terus dijaga dan bahkan perlu ditingkatkan dan dipertahankan, agar loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan yang sudah dimiliki dari berbagai kalangan dapat terus dipertahankan demi kelangsungan keberhasilan suatu Perusahaan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan peneliti yang akan datang dapat melakukan lebih banyak penelitian pada rumah makan Soto Klego H.Kunawi di Kota Pekalongan dalam jangkauan yang lebih luas. Selain itu, diharapkan untuk memasukkan variabel tambahan dalam penelitian yang serupa dengan ini, karena ini akan memungkinkan pengaruh yang lebih besar pada loyalitas pelanggan Soto Klego H.Kunawi Kota Pekalongan dari variabel lain

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R., & Rufial, R. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Daya Tarik Pesaing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Mie Ayam Bakso I Love You Di Kabupaten Tangerang. *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 225–235. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2458>
- Ali, S. F., & Naeem, M. (2019). Does Service Quality Increase the Level of Banks Performance: Comparative Analysis between Conventional and Islamic Banks. *Journal of Management Development*.
- Amelia Priyanka, M., & Sulistyawati, L. (2023). The Influence Of Brand Image, Product Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Ms Glow (Study On UPN “Veteran” East Java Fisip Students) Pelanggan Ms Glow (Studi Pada Mahasiswa Fisip UPN “Veteran” Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2083–2090. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Astuti, R., & Bahrun, K. (2022). *The Effect of Satisfaction and Trust on Purchase Intention on Aromania Parfumery Kapuas Products , Bengkulu City Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap Purchase Intention pada Produk Aromania Parfumery Kapuas Kota Bengkulu*. 54–63.
- Audina, C., & Rakhman, A. (2023). Pengalaman dan Kepuasan Berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 24–39.

<https://doi.org/10.46806/jman.v12i2.954>

- Aulia Afra Destrina, & Dermawan, R. (2023). The Effect of Satisfaction and Trust on Gocar Customer Loyalty in the City of Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2639–2646. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Bagus Gemilang, B. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen , Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 400–407.
- Bintari,W.P., Udayana, I., & Maharani, B. . (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12286>
- Cahyo, A. S. T., Tulhusnah, L., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe and Resto Azalea. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(6), 1234. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i6.2174>
- Cerlie Fitria Andani, H. S., & Hendra Setiawan. (n.d.). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA UMKM DI KECAMATAN TAMAN KOTA MADIUN. *SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 5, September 2023*.
- Danang Sunyoto. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi dan Kasus*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Emik Iriyanti, N. Q., & Suharto, A. (2016). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DEPOT MIE PANGSIT*

JEMBER. 2(1), 1–15.

- Fandy, T. (2000). *Manajemen Jasa* (2nd ed.). Andy Offset.
- Farida, A. I., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Zalora Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1449–1458. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Gautama, A., Hafni, L., Sd, S. S., Andri, G., & Rusliwati, E. (2023). the Effect of Word of Mouth, Consumer Trust and Location on Consumer Purchase Decisions in Trading Businesses in Pekanbaru. *Maret*, 55(1). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovani, A. K. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan di Swalayan Pamella 7 Yogyakarta*. dspace.uui.ac.id. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/7728>
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Herlina, H., & Diputra, T. T. (2018). Implementasi Rumus Sobel Pada Web Dengan Topik Regresi Linier Menggunakan Variabel Intervening. *Jurnal Algoritma, Logika Dan Komputasi*, 1(1), 19–24.
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 ((Edisi 8).)*. Universitas Diponegoro.

- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 366–381. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.472>
- Kasmir. (2009). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana.
- Keller, P. K. & K. L. (2008). Manajemen Pemasaran. In *terjm. Bob Sabran Jilid I edisi 1* (p. 166). Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Kotler, P. and A. G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Lahura, A., Welsa, H., & Maharani, B. D. (2023). *Analisis Lokasi, Persepsi Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Chanet Babarsari Yogyakarta*. 3(1), 89–90.
- Lestari, M., Mulia, A., & Lubis, A. (2020). Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Nanda Soto Sei Blutu Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 1(1), 121–130. <http://www.jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jimbi/article/view/375>
- Manus, B. O., Soeegoto, A. S., & Rogi, M. H. (2023). Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Bitung the Effect of Customer Satisfaction , Trust and Coorporate Reputation on Shopee Bitung Customer Loyalty. *Jurnal EMBA*, 11(4), 748–756.
- Mowen, John, C & Minor, M. (2012). *Comsumer Behavior. 11st. Edition* Boston: Prentice Hall.
- Mufidah, S. Z., Baidlowi, I., & Kasnowo, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas

- Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Rinni Mekeup Gondang). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 231–243. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.178>
- Nofindri, M. L., Sutarjo, A., & Hdaya, R. (2021). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI MINI MARKET WIRDA KOTA PADANG. *Matua*, 3(1), 59–72.
- Novita, V. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Solo Laundry & Dry Cleaning. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Oktavia Retno Maharani¹, H. W. dan T. H. A. (2020). DAMPAK KEPERCAYAAN PELANGGAN, LOKASI DAN PROMOSI ATAS KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN. *Jurnal Berkala Epidemiologi*, 5(1), 90–96. <https://core.ac.uk/download/pdf/235085111.pdf> website: <http://www.kemkes.go.id> [http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK No. 57 Tahun 2013 tentang PTRM.pdf](http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK_No_57_Tahun_2013_tentang_PTRM.pdf) https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/15242-profil-anak-indonesia_-2019.pdf
- Pagan Novryanti, & Sari, E. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sun Kado Medan. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(1), 352–371.
- Pasianus, O. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Swalayan Pamela Enam Yogyakarta. *Pasianus & Any Agus Kana*, 2(2), 197–216.
- Prakoso, S. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT.*

Gamita Sukabumi Sejati. 9(1), 1–23.

- Pranogyo, A. B., Santoso, J. B., & Pratiwi, R. (2023). *Dampak kepercayaan pelanggan, lokasi dan promosi atas kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa*. 25(1), 14–25.
- Pratama Ditya Yuda, M. O. P. (2023). Hubungan Trust dan Kepuasan Konsumen pada Pengguna Pelayanan Publik “X.” *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(2)(02), 329–344.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan Spss*. Mediakom.
- Purba, Z. I. H., & Talumantak, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BCA EXPRESS Met Mall Cibubur. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3), 232–256.
- Putra, D. A., & Triwardhani, D. (2023). Pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Shopee di kota Solok. *Journal Pf Young Entrepreneurs*, 2(2), 78–93.
- Putri, Ida Ayu Yulia Mardewi, N. N. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Kinerja*, 4(1), 53–66. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v4i1.1698>
- Putri, D. I., Hidayat, W., & Dewi, R. S. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Pelanggan Mertojoyo Cake Semarang). *Journal of Business Administration Ilmu*, 2(2), 60–68. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/2181>
- Rahmawati, P. (2023). Pengaruh Harga, Cita Rasa, Lokasi, Promisi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Mie Ayam Sebatas Ikhtiar Bekasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 226–237.
- Ramadhani, M., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas

Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. *FORBISWIRA FORUM BISNIS* DAN
<https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2235>

- Ratnasari, F. S. S. dan R. T. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perpektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. *Jesst*, 2 No. 4, 327.
- Riduwan. (2010). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Alfabeta.
- Romadhoni, B., Ibrahim, & Mauliana, D. (2023). *Efek Kualitas Layanan , Kualitas Produk , Diskon dan Lokasi pada Kepuasan Pelanggan*. 19, 414–425.
- Rosyidi, M. A. Z., Muhtarom, A., & Khitam, M. C. (2023). Analisis Harga, Cita rasa, Lokasi, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian pada Usaha Wakhid Pentol (metode structural equation modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(1), 115–130.
- Sari, D. N. P., & Astutiningsih, S. E. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang KonsumenAliyah Scraf Tulungagung melalui Budaya. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 363–384.
<https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i2.1911>
- Satrio, M. R., Chalil, C., & Santi, I. N. (2020). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Dua Putri Di Kelurahan Matano Kecamatan Bungku Tengah. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 3(2), 111–122. <https://doi.org/10.22487/jimut.v3i2.79>
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. core.ac.uk. <https://core.ac.uk/download/pdf/337610311.pdf>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Tiffanycia, Ritonga, R. R., Kho, S., Anselmus, K., & Nainggolan, E. P. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel PT. Sumatera Star Group Wisata. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3702–3716.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). SERVICE, QUALITY, DAN SATISFACTION. In (Andang, Ed.; 4th ed.). C.V. ANDI OFFSET.

Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. CV ANDI.

Tunastini, G. V., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Gayatri Mas Mode di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.45990>

Vira, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 148–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.887>

Yurindera, N. (2023). Mediasi Kepercayaan Konsumen pada Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 7(2), 73–77. <https://doi.org/10.55886/infokom.v7i2.751>

Zulfa, M. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dan Citra Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Islam Jawa Tengah. *Disertasi*. Disertasi (tidak diterbitkan) Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga.

Lampiran 18

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Ghina Jazila
2. Tempat Tanggal lahir : Pekalongan, 16 Juli 2000
3. Alamat Rumah : Pabean Rt02/Rw13 Kelurahan Padukuhan Kraton Kota Pekalongan
4. Nomor Handphone : 0857 2718 7671
5. Email : ghinajazila01@gmail.com
6. Nama Ayah : A. Sofyan Syaikh (ALM)
7. Pekerjaan Ayah : -
8. Nama Ibu : Salatin
9. Pekerjaan Ibu : Wirasswasta

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN Kraton Pekalongan : Lulus Tahun 2012
2. SMP N 08 Pekalongan : Lulus Tahun 2015
3. SMA N 02 Pekalongan : Lulus Tahun 2018

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. HMJ Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Pekalongan, 24 Januari 2024



Ghina Jazila