

**PENGARUH KUALITAS *RESPONSIVENESS*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA USAHA
KONGKOW CAFE
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bukit Batu)**

Nama Mahasiswi : Henifa Zuhara

Nim : 5103211545

Dosen Pembimbing : Rini Arvika Sari, S.Sos.,M.Si

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisa tanggapan responden terhadap kualitas *responsiveness*, menganalisa tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan, dan untuk menganalisa pengaruh kualitas *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Kongkow Cafe. Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *snowball sampling*, jumlah responden sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dan menunjukkan signifikan. Koefisien korelasi bernilai positif dan searah sebesar 0,652. Persamaan regresi linear sederhana yang bernilai positif pada $Y = 20,963 + 0,700X$ dan koefisien determinasi menunjukkan angka 0,425 yang artinya kualitas *responsiveness* mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 42,5%, sedangkan 57,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *responsiveness* berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} yaitu $8,508 > 1,984$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menyatakan bahwa variabel kualitas *responsiveness* mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Responsiveness*, Loyalitas Pelanggan, Kongkow Cafe

THE INFLUENCE OF RESPONSIVENESS QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AT THE KONGKOW CAFE BUSINESS

(Case Study on the Community of Bukit Batu Sub-District)

Name of Student : Henifa Zuhara
Study ID Number : 5103211545
Supervisor : Rini Arvika Sari, S.Sos.,M.Si

Abstract

This study was conducted to analyze respondents' responses to the quality of responsiveness, analyze respondents' responses to customer loyalty, and to analyze the effect of responsiveness quality on customer loyalty in the Kongkow Cafe business. This study is an associative study. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling with snowball sampling technique, the number of respondents is 100 respondents. The results of this study were analyzed using simple linear regression and showed significant. The correlation coefficient is positive and in the same direction of 0.652. The simple linear regression equation has a positive value at $Y = 20.963 + 0.700X$ and the coefficient of determination shows the number 0.425 which means that the quality of responsiveness affects customer loyalty by 42.5%, while 57.5% is influenced by other variables outside the study. The results of this study indicate that the quality of responsiveness has a significant effect on customer loyalty with a calculated t value greater than the t table value, namely $8.508 > 1.984$, which means that H_0 is rejected and H_a is accepted. This states that the variable of responsiveness quality affects customer loyalty.

Keywords: Responsiveness, Customer Loyalty, Kongkow Cafe