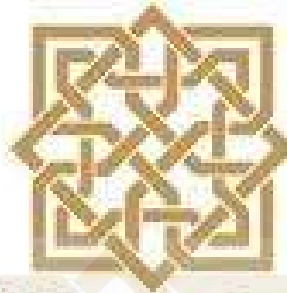


**PENGARUH KOMITMEN PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI HAJI DALWARI (HDWR) CATERING JOGJA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Disusun Oleh :

**Ita Uswatun Khasanah
NIM 20102040033**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Pembimbing

Early Maghfiroh Innavati, S.Ag. M.Si

NIP 19741025 199803 2 001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-716/Un.02/DD/PP.00.9/05/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH KOMITMEN PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI HAJI DALWARI (HDWR) CATERING JOGJA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ITA USWATUN KHASANAH
Nomor Induk Mahasiswa : 20102040033
Telah diujikan pada : Kamis, 28 Maret 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si
SIGNED

Valid ID: 6643e1b2f17a2



Penguji I
Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6642b4f3946ef



Penguji II
Aris Risdiana, S.Sos.I., MM
SIGNED

Valid ID: 6642e828c85e7

STATE ISLAMIC UNIVERSITY



Yogyakarta, 28 Maret 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 664702c02a118

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ita Uswatun khasanah
NIM : 20102040033
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: **Pengaruh Komitmen Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja** merupakan hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 25 Maret 2024

Yang Menyatakan


Ita Uswatun khasanah

NIM. 20102040033



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ita Uswatun khasanah
NIM : 20102040051
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Pengaruh Komitmen Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah (MD) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas Perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 25 Maret 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi


H. M. Thoric Nurmadiansyah, S. Ag., M. Si
NIP. 19690227 200312 1 001

Pembimbing


Hj. Early Maghfiroh, L. S. Ag., M. Si
NIP. 19741025 199803 2 001

HALAMAN PERSEMBAHAN

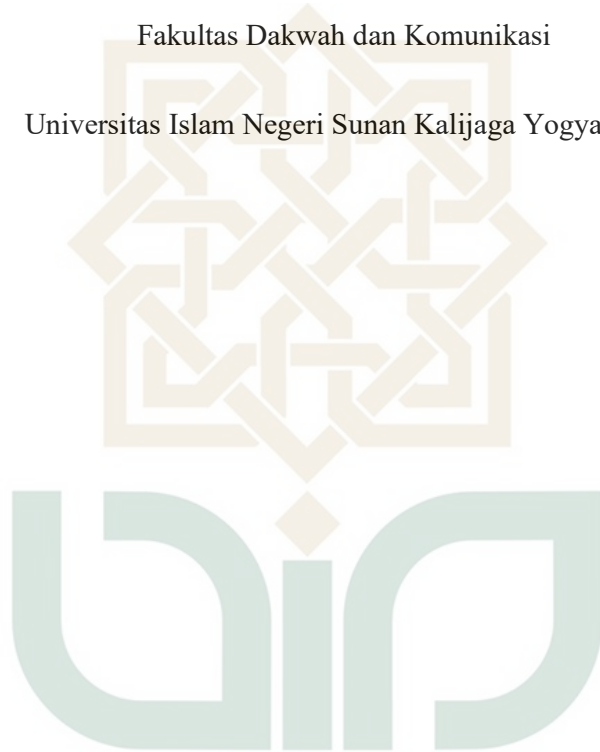
Skripsi ini saya persembahkan untuk

Almamaterku Tercinta

Prodi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّو كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ

(Al-Imran 159)

Artinya: maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.¹



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Al-Quran, 159:3, Kementerian Agama RI, TIKRAR Al-Qur'an Hafalan Tajwid dan Terjemah (Bandung: Sygma Creative Media Corp, 2017), hlm.71.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam penulisan skripsi ini. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan perjuangan yang tidak mudah akhirnya skripsi yang berjudul “Komitmen Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja” telah diselesaikan oleh peneliti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos) pada Program Studi Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari beberapa pihak yang membantu dalam penyelesaiannya, serta telah membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu, dengan penuh rasa hormat dan ungkapkan terimakasih disampaikan pada:

1. Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., M. A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M. Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Muhammad Thoriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Early Maghfiroh Innayati, S.Ag., M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah mencurahkan segenap waktu, tenaga, ilmu, motivasi, saran, dan membimbing hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Dr. Hikmah Endarswati M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan dukungan dan telah membimbing dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini.
6. Dosen Program Studi Manajemen Dakwah yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat, serta membimbing selama proses perkuliahan.
7. Tata Usaha Program Studi Manajemen Dakwah yang senantiasa membantu dalam proses administrasi skripsi.
8. Ibu Hj. Siti Mucharoroh selaku pemilik HDWR Catering Jogja. Serta seluruh karyawan HDWR Catering Jogja. Terimakasih atas bantuan dan kesediaanya menjadi obyek penelitian.
9. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Hidayat dan Ibu Sudarti serta adik saya M. Ulil Albab yang sangat saya sayangi yang senantiasa memberikan do'a, dukungan baik moral, maupun material, motivasi, semangat, serta ruang belajar bagi saya hingga terselesainya skripsi ini. Suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Terimakasih sudah selalu berjuang untuk kehidupan saya. Sehat selalu dan Hiduplah lebih lama lagi Bapak dan Ibu harus ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
10. Kepada KH. Imam Sughro Wardi dan Ibu Nyai Hj. Siti Mucharoroh sebagai orang tua saya yang telah membimbing, memberikan dukungan dan selalu memberikan do'a selama masa perkuliahan.
11. Para Masyayikh dan Guru-guru saya yang selalu memberikan do'a dan dukungan selama menjadi santri.

12. Kepada sahabat saya Yesti Astining Dewi dan eni putri aliptia terimakasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah dan selalu memberikan dukungan.
 13. Kepada teman-teman seperjuangan saya, Risti, Arin, Apis, yang telah mendukung dan memberikan semangat untuk tetap mengerjakan skripsi.
 14. Kepada teman-teman As-shofa I yaitu: Bella, Rahma, Umay, Diva, Mbak Gigi, Arinda, Silmy, Zahro, Zaiyana, Vina, Sekar.
 15. Kepada teman-teman Pondok Pesantren Nurul Hadi yang telah memberikan do'a dan semangat kepada saya
 16. Teman-teman KKN 111 Sekaralas, ocid, fadli, intan, dewi, hanifah, zein, mbak syipa dan dina yang menginspirasi dan selalu bersama selama masa KKN.
 17. Teman-teman satu jurusan di Manajemen Dakwah, Nurul, Ries, Ipeh, Yumna serta teman-teman lainnya yang selalu memberikan semangat dan menemani sejak semester awal hingga semester akhir dalam proses belajar, dan bermain hingga terselesainya skripsi ini.
 18. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terimakasih telah memberikan dukungan dan turut memotivasi sehingga skripsi ini dapat selesai.
- Pada skripsi ini, jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 26 Maret 2024

Peneliti

ABSTRAK

Ita Uswatun Khasanah (20102040033), Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja, Tahun 2023, Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Komitmen Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitin kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi kecil. Data responden dalam penelitian ini dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin dan usia. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan angket, wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan program SmartPls 4.0. Pengujian hipotesis dengan pendekatan PLS, dilakukan dengan dua tahap yaitu pengujian outer model dan inner model. Uji outer model dilakukan untuk membuktikan validitas dan reliabilitas seluruh indikator pada masing-masing variabel. Uji inner model dilakukan untuk menguji pengaruh antar variabel sesuai hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Hasil penelitian yang diolah dengan SmartPls 4.0 menghasilkan nilai R-Square Adjusted sebesar 0.644 menunjukkan bahwa kemampuan variabel komitmen perusahaan dalam menjelaskan loyalitas pelanggan adalah sebesar 50,27%. Sedangkan sisanya sebesar 49,73% dipengaruhi oleh faktor lain yang berbeda diluar model dan tidak terdeteksi dalam penelitian ini.

Hasil penelitian uji hipotesis dengan menggunakan *uji path coefecient* ditemukan hasil dari P-value bahwasannya variabel komitmen perusahaan memiliki signifikansi sebesar ($0,00 < 0.05$) maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Komitmen Perusahaan, Loyalitas Pelanggan, Katering

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	11
1. Tinjauan Umum Tentang Komitmen Perusahaan	11
2. Tinjauan Umum Tentang Loyalitas Pelanggan	15
3. Hubungan Komitmen Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan ...	18
F. Kerangka Berfikir dan Hipotesis	19
BAB II : METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian	22
B. Subyek dan Objek Penelitian	23
C. Definisi Operasional	23
D. Populasi dan Sampel	25
E. Istrumen Penelitian	26
F. Teknik Pengumpul Data	28
G. Sumber Data	30
H. Validitas dan Reliabilitas	31
I. Analisis Data	35

J. Sistematika Pembahasan	37
BAB III : GAMBARAN UMUM HDWR CATERING JOGJA	39
A. Sejarah Berdiri HDWR Catering Jogja	39
B. Letak Geografis HDWR Catering Jogja	41
C. Visi dan Misi HDWR Catering Jogja	41
D. Satruktur Organisasi dan Tugas di HDWR Catering Jogja	43
E. Produk HDWR Catering Jogja	45
F. Data Konsumen	46
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Analisis Karakteristik Responden	48
B. Deskriptif Variabel Penelitian	50
C. Hasil Pengujian Model Struktural (Outer Model)	55
D. Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model)	55
E. Uji Hipotesis	64
F. Pembahasan	67
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pelanggan Priode September 2022-2023	1
Tabel 1.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu	
Tabel 2.1 Angket Komitmen Perusahaan	27
Tabel 2.2 Angket Loyalitas Pelanggan	28
Tabel 2.3 Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha	35
Tabel 3.1 Data Pelanggan Bulan Januari-Desember 2023	47
Tabel 4.1 Karakteritik Pelanggan HDWR Catering Jogja berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Pelanggan HDWR Catering Jogja berdasarkan Usia ..	50
Tabel 4.3 Tabel Skala Likert	51
Tabel 4.4 Pengukuran Skala	51
Tabel 4.5 Variabel Komitmen Perusahaan	54
Tabel 4.6 Variabel Loyalitas Pelanggan	57
Tabel 4.7 Loading Factor	59
Tabel 4.8 Nilai Loading Silang (Cross Loading)	60
Tabel 4.9 Nilai Avarage Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 4.10 Nilai Composite Reliability	62
Tabel 4.11 Nilai Cronbach's Alpha	62
Tabel 4.12 Uji R-Square	63
Tabel 4.13 Output Path Coefficient	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Berfikir	20
Gambar 2.2 Bagan Struktur Perusahaan	3
Gambar 4.1 Output Outer Loading SmartPls 4.	54
Gambar 4.2 Output Model Bootstrapping SmartPls 4.	66



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, penting bagi perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen bukan hanya tentang mempertahankan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga memastikan mereka tetap setia dan terus berkontribusi pada pertumbuhan bisnis.² Loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor utama dalam kesuksesan sebuah perusahaan. Untuk mencapai loyalitas konsumen yang tinggi, perusahaan harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor yang berperan penting dan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah komitmen perusahaan terhadap pelanggan. Komitmen perusahaan mencakup berbagai aspek seperti layanan pelanggan, kualitas produk atau layanan, dan komitmen perusahaan terhadap pelanggan.

Loyalitas konsumen tidak hanya berarti pada konsumen yang membeli produk secara berulang, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Loyalitas juga menjadi suatu sikap yang positif terhadap sesuatu yang menghasilkan pembelian yang konsisten dari waktu ke waktu. Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen untuk kembali membeli produk dengan cara terus-menerus pada

² Sumber dari <http://repository.untag-sby.ac.id/16983/9/JURNAL%20TURNITIN.pdf> diakses pada tanggal 7 oktober 2023.

masa mendatang. Pada masa mendatang pelanggan membeli produk secara berulang-ulang, maka pelanggan juga akan menilai positif terhadap barang dan jasa tersebut, sehingga pelanggan tersebut dikatakan loyal.³ Pentingnya loyalitas pelanggan (konsumen) terhadap perusahaan tidak diragukan lagi. Perusahaan sangat mengharapkan dapat mempertahankan konsumennya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin selamanya. Pelanggan atau konsumen yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah ke produk lain. Agar para konsumen merasa puas terhadap produk dan tidak berpindah ke produk lain, maka perlu adanya komitmen perusahaan untuk mempertahankan hal itu.

Konsep komitmen memainkan peranan yang utama, komitmen perusahaan merupakan faktor penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Sejumlah penelitian menyarankan bahwa komitmen merupakan inti dari semua hubungan kerja yang sukses dan bahwa komitmen merupakan pedoman penting dalam hubungan jangka panjang yang sukses. Apabila komitmen perusahaan benar-benar dilakukan, maka dapat dipastikan konsumen akan loyal.⁴

Bisnis di bidang penyedia jasa *catering*, selain menawarkan jasa juga disertai dengan pelayanan. Oleh karena itu pelayanan untuk konsumen harus menjadi prioritas (perhatian utama) bagi para pebisnis. Semakin berkomitmen

³ Robby Tanod Mamusung, "Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Supermarket di Kota Manado", *jurnal administrasi* vol 9, No 1, hlm. 72.

⁴ <https://ejournal.undip.ac.id/inex.php/janis/article/download/26085/16838> (diakses 7 oktober 2023).

perusahaan melalui pelayanan yang diberikan, maka akan menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin baik juga. Terjadinya kepuasan dan ketidakpuasan dalam menggunakan jasa berpengaruh terhadap pembelian ulang produk. Hal ini dikarenakan kepuasan merupakan salah satu bentuk yang dirasakan oleh konsumen, kepuasan juga merupakan layanan yang dapat menghasilkan apa yang diinginkan oleh konsumen dan merupakan harapan mereka atas pelayanan ataupun hasil yang diterima setidaknya sama dengan harapan para konsumen.⁵ Pada intinya, komitmen perusahaan terhadap loyalitas konsumen mencakup beberapa aspek, termasuk pelayanan konsumen, kualitas layanan, dan pemenuhan janji terhadap pelanggan.

Katering merupakan salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat, terutama di kota-kota besar seperti Yogyakarta. Berdasarkan hasil survei yang saya lakukan saat menjadi asisten karyawan HDWR Catering Jogja, pelanggan mengatakan bahwa dibandingkan tempat katering lainnya, HDWR Catering Jogja menawarkan harga yang terjangkau.⁶ Selain hal tersebut, HDWR Catering Jogja memberikan pelayanan yang terbaik yakni dengan selalu bersikap ramah dan menjadikan pelanggan merasa nyaman.⁷ Hal ini dibuktikan dengan hubungan baik yang masih terus terjalin antara pihak HDWR Catering

⁵ Muhamad Rifa'i dkk, "Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online". *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi* Vol. 8, No. 1, 2020, hlm. 62.

⁶ Wawancara Pelanggan HDWR Catering Jogja pada 01 November 2023 pukul 20.00 WIB.

⁷ *Ibid.*

Jogja dan pelanggan, bahkan setelah acara sudah selesai. Faktor-faktor di atas merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Haji Dalwari atau yang biasanya dikenal dengan HDWR Catering Jogja adalah perusahaan turun temurun yang bergerak dibidang usaha jasa boga (katering) dan salah satu layanan jasa makanan untuk kegiatan acara dari acara formal maupun non formal. HDWR Catering Jogja sendiri berada di Desa Banguntapan Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul. HDWR Catering Jogja mempunyai wilayah kerja di kota Yogyakarta dan sekarang mulai berkembang dengan adanya pesanan ke kota lain seperti Magelang, Klaten dan Solo.

Meningkatnya permintaan layanan catering tidak hanya didorong oleh acara-acara besar seperti pernikahan, pertemuan rekan bisnis, acara sosial dan lain-lainnya. Maraknya penggunaan jasa katering dalam berbagai acara-acara khusus menimbulkan semakin banyaknya usaha katering baru di yogyakarta sehingga secara tidak langsung menjadi pesaing *catering* yang sudah ada sebelumnya.⁸ Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, penting bagi perusahaan HDWR Catering Jogja memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, karena konsumen merupakan target pasar. Perlu diketahui bahwa persaingan bisnis semakin ketat, oleh karena itu diperlukan strategi khusus dalam kondisi persaingan tersebut agar dapat bertahan dalam persaingan pasar.

⁸ Sumber dari <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/1962/1764> diakses pada tanggal 14 November 2023, pukul 11.15.

Tingkat persaingan yang ketat maka perlunya HDWR Catering Jogja mengeluarkan berbagai strategi untuk mengantisipasi pesaing. Strategi yang dicetuskan akan berorientasi pada penjualan HDWR Catering Jogja. Terkait dengan strategi dalam memperoleh pelanggan terdapat beberapa hal yang menjadi nilai lebih bagi HDWR Catering Jogja dimata konsumen yaitu rasa, variasi menu, penataan dekorasi dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, hal tersebut terbukti dari meningkatnya pelanggan yang loyal (lebih dari satu kali memesan) pada bulan januari berjumlah 9 pelanggan dan berbeda dengan bulan sebelumnya yang cenderung memiliki jumlah pelanggan loyal yang sedikit. Hal inilah yang diduga membuat konsumen menjadi loyal dan melakukan pembelian berulang pada HDWR Catering Jogja.⁹

Kondisi demikian juga berpengaruh pada HDWR Catering Jogja, berikut tabel data pelanggan yang lebih dari satu kali memesan di HDWR Catering Jogja periode bulan september 2022 sampai tahun 2023 dari mulai bulan Januari-Desember.

Tabel 1.2 Pelanggan Yang Pernah Memesan di HDWR Catering lebih dari Satu Kali Priode 2022-2023

NO	Bulan	Jumlah Pelanggan yang loyal
1	September	4 pelanggan
2	Oktober	3 pelanggan
3	November	5 pelanggan
4	Desember	4 pelanggan
5	Januari	9 pelanggan
6	Februari	6 pelanggan
7	Maret	3 pelanggan
8	April	4 pelanggan

⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Hamada Azzahra, Administrasi HDWR Catering Jogja pada tanggal 14 November 2023, pukul 13.20 WIB.

9	Mei	2 pelanggan
10	Juni	3 pelanggan
11	Juli	8 pelanggan
12	Agustus	7 pelanggan
13	September	5 pelanggan
14	Oktober	3 pelanggan
15	November	5 pelanggan
16	Desember	4 pelanggan
Jumlah		75 pelanggan

Sumber data: HDWR Catering Jogja 2023

Berdasarkan tabel diatas, membuktikan bahwa jumlah pelanggan yang loyal di katering HDWR Catering Jogja mengalami fluktuasi atau ketidakstabilan terbukti mengalami kenaikan jumlah pengguna yang tertinggi pada bulan Januari 2023 dan mengalami penurunan pada bulan Mei 2023. Hal tersebut dikarenakan tingginya persaingan yang terjadi dalam pasar katering yang ada di kota Yogyakarta, mengharuskan HDWR Catering Jogja memiliki strategi bersaing yang lebih efektif. Selain itu HDWR Catering harus mampu meyakinkan para pelanggan untuk melakukan pembelian ulang serta mendapatkan tingkat kepercayaan konsumen akan kualitasnya dan meningkatkan kembali penjualannya.¹⁰

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan dan menciptakan loyalitas. Namun, HDWR Catering Jogja akhir-akhir ini memiliki permasalahan yaitu miskom terhadap vendor, karyawan bahkan pelanggan. Hal tersebut dikarenakan meningkatnya pesanan katering mulai bulan Juli 2023, yang mana biasanya katering hanya melayani 2 sampai 3 *event*

¹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Hamada Azzahra, Administrasi HDWR Catering Jogja, pada tanggal 14 November 2023, pukul 13.20 WIB.

pada hari biasa, namun mulai bulan juli 2023 HDWR Catering Jogja dapat melayani 5 sampai 6 *event* dengan tempat yang berbeda-beda, dengan begitu HDWR Catering Jogja masih beradaptasi, namun hal tersebut belum maksimal dan masih berusaha mempertahankan kualitas dalam pelayanan, sehingga konsumen tetap loyal terhadap HDWR Catering Jogja.¹¹

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menganggapnya sebagai suatu hal yang menarik, penting dan perlu untuk dibahas tentang komitmen perusahaan terhadap loyalitas konsumen di HDWR Catering Jogja.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh komitmen perusahaan terhadap loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komitmen perusahaan terhadap loyalitas konsumen.

1. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi keilmuan pada program studi Manajemen Dakwah dan lingkungan Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

¹¹ Hasil wawancara dengan Ibu Hamada Azzahra selaku Administrasi HDWR Catering Jogja, pada tanggal 14 November 2023, pukul 13.20 WIB.

2) Sebagai salah satu sumber data dan informasi atau bahan referensi dasar bagi mahasiswa dan peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian yang serupa.

b. Kegunaan praktis

1) Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pemikiran terhadap pemecahan masalah mengenai analisis Komitmen Perusahaan. Secara umum penelitian ini diharapkan dapat memberikan rujukan konsep Komitmen Perusahaan dalam memberikan pelayanan bagi HDWR Catering Jogja

2) Manfaat bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi alternatif dan perbandingan bagi penelitian yang akan datang.

3) Bagi HDWR Catering Jogja

Bagi penelitian ini, harapannya dapat membantu memberikan rekomendasi tentang informasi, masukan, dan saran untuk di masa yang mendatang.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan hasil penelusuran kepustakaan terkait judul “Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan HDWR Catering Jogja”. Diakui bahwa sejauh pengamatan yang dilakukan oleh peneliti belum ada yang mengkaji dan menulis judul tersebut. Adapun penelitian yang terkait masalah penelitian ini adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Ghazali, Muh Nishar, Hmsyah, Erwin (2022) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada 4 Rumah Makan Di Kecamatan Pamboang Kabupaten Majene). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t-hitung 8,385 t-tabel 1,661.¹² Adapun persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini adalah ada variabel yang sama yaitu variabel komitmen dan variabel loyalitas pelanggan. Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang berbeda dan studi kasus yang berbeda.

Jurnal Ekonomi dan Akutansi oleh Julaini Siregar dan Burhanuddin Al-Butary yang berjudul “Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Pada Detergen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Komitmen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan diperoleh nilai t hitung sebesar $6,075 > t$ tabel 1,985 dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$.¹³ Persamaan

¹² Rahmat Ghazali dkk, *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada 4 Rumah Makan Di Kecamatan Pambong Kabupaten Majene)*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 1, 2022.

¹³ Juliani Siregar & Burhanuddin Al-Butary, *Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Pada Detergen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan II*,

penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini adalah variabel independen komitmen serta variabel dependen loyalitas konsumen sedangkan perbedaan penelitian ini adalah tempat (objek) penelitian.

Penelitian yang dilakukan M. Afif Fathi Ramadhan dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Citra Merek, kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek di Kota Malang , Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen berpengaruh langsung pada loyalitas pelanggan GOJEK. Hasil pengujian langsung diperoleh signifikansi (0,002) lebih kecil dari alpha 5% (0,050), maka diimplikasi terdapat pengaruh positif dan signifikan komitmen terhadap loyalitas. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini adalah terdapat variabel yang sama yaitu variabel komitmen dan variabel loyalitas pelanggan. Perbedaan dari penelitian terdahulu dan penelitian ini yaitu pada lokasi penelitian (objek), tahun, jumlah responden serta beberapa variabel penelitiannya.¹⁴

Jurnal karya Robby Tanod Mamusung dan Effendy Rasjid yang membahas tentang pengaruh komitmen perusahaan terhadap loyalitas pelanggan, terutama di industri ritel. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa komitmen perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel

Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas, Jurnal Ekonomi dan Akutansi, Vol 02, No 01, 2023.

¹⁴ M. Afif Fathi Ramadhan, *Pengaruh Citra Merek, kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek di Kota Malang, Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 4, No 2, 2019.

loyalitas pelanggan.¹⁵ Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini adalah variabel independen komitmen perusahaan serta variabel dependen loyalitas konsumen sedangkan perbedaan penelitian ini adalah tempat (objek) penelitian.

Jurnal karya Sofiah Rilma Nisza yang berjudul “Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Halodoc di Rumah Sakit Ibnu Sina Padang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan perbedaan penelitian ini adalah tempat (objek) penelitian, jumlah responden serta variabel penelitiannya.¹⁶

Tabel 1.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL	METODE	HASIL
1	Rahmat Ghazali dkk (2022)	Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada 4 Rumah Makan Di Kecamatan Pambong Kabupaten Majene	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian secara parsial komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan 4 Rumah Makan di Kecamatan Pambong Kabupaten Majene
2	Juliani Siregar &	Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan	Metode penelitian	Hasil dari penelitian diketahui bahwa variabel komitmen

¹⁵ Robby Tanod Mamusung, ” Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Supermarket di Kota Manado ”. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 9, Nomor 1, Maret, 2020.

¹⁶ Sofiah Rilma Nisza, *Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Halodoc di Rumah Sakit Ibnu Sina Padang*, Jurnal Pundi, Vol. 04, No.3, 2020.

	Burhanuddin Al-Butary	terhadap Loyalitas Konsumen Pada Detergen So Klin Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Lingkungan II, Kelurahan Harjosari I, Kecamatan Medan Amplas	deskriptif kuantitatif	berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.
3	Robby Tanod Mamusung dan Effendy Rasjid (2020)	Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Supermarket di Kota Manado	Metode Kuantitatif dengan Metode Survei	Pada penelitian ini teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 70 pelanggan supermarket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
4	M. Afif Fathi Ramadhan (2019)	Pengaruh Citra Merek, kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek di Kota Malang	Metode penelitian kuantitatif	Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental dan purposive sampling sebanyak 96 responden. Hasil dari penelitian ini adalah komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gojek
5	Ollie Marcella (2020)	Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Halodoc di Rumah Sakit Ibnu Sina Padang	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berarti komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan aplikasi halodoc di rumah

				sakit islam ibnu sina padang.
--	--	--	--	-------------------------------

Sumber: Data Primer

Demikianlah tinjauan kajian pustaka ini penulis lakukan dimana perbedaan pembahasan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terlihat dari objek penelitian dan beberapa variabel yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Penulis akan melakukan penelitian tentang Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen di HDWR Catering Jogja.

E. Kerangka Teori

1. Tinjauan Umum Tentang Komitmen Perusahaan

a. Pengertian Komitmen Perusahaan

Menurut Affandi & Sulistiyawati komitmen merupakan suatu kondisi psikologis yang menggambarkan keterkaitan antara pelanggan dengan perusahaan dan berdampak terhadap keputusan pelanggan untuk terus menjadi pelanggan yang setia.¹⁷

Komitmen menurut Tjiptono adalah hasrat atau keinginan yang kuat dalam mempertahankan dan melanjutkan hubungan yang dianggap penting dan bernilai jangka panjang.¹⁸ Komitmen biasanya tercermin pada perilaku kooperatif dan tindakan aktif untuk tetap mempertahankan relasi yang terbina. Dalam hal ini ditekankan bahwa komitmen adalah unsur perilaku sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang terhadap dua

¹⁷ Tika Nur Aini, Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Komitmen Sebagai Variable Intervening, *Journal Homepage*, vol 1 (2), hlm. 90.

¹⁸ <http://repository.umy.ai.id> diakses pada tanggal 24 oktober 2023, pukul 13.08.

belah pihak agar hubungan tersebut lebih bermakna. Tidak akan terjadi komitmen jika kedua belah pihak merasa tidak saling menguntungkan. Dengan kata lain, komitmen berarti didalamnya terdapat suatu hubungan yang berharga yang perlu dipertahankan terus.

Dapat disimpulkan bahwa komitmen merupakan keinginan yang kuat bagi konsumen untuk menjalin hubungan dan bertahan dengan suatu produk atau jasa dalam jangka waktu yang cukup lama.

b. Indikator Komitmen Perusahaan

Komitmen perusahaan sangat penting untuk diukur guna mengetahui seberapa jauh komitmen perusahaan untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pihak konsumen. Menurut Capel dan Ndubisi indikator komitmen yaitu:¹⁹

1) Menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan

Salah satu faktor yang mempengaruhi komitmen perusahaan yaitu perusahaan perlu untuk menyesuaikan produk atau jasanya dengan kebutuhan pelanggan sehingga kebutuhan konsumen ataupun pelanggan akan terpenuhi.

¹⁹ Capel, celine Marie and Ndubisi, Nelson Oly. Examining the Inter-Relationships Among the Dimensions of Relationship Marketing (october 25, 2013). *Asian Journal of Bussines Research*, volume 1, number 1, 2011, hlm. 2. Availabe at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2345176>

2) Menawarkan produk yang dipersonalisasi untuk pelanggan.

Perusahaan harus sering menawarkan produk-produknya agar para pelanggan mengetahui dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan juga harus selalu menawarkan hal-hal baru sehingga pelanggan tidak menggunakan produk atau jasa lain.

3) Fleksibel ketika produk berubah

Perusahaan harus mempunyai sifat fleksibel ketika produk berubah agar konsumen tetap loyal dan tidak hilang.

4) Fleksibel dalam melayani kebutuhan pelanggan.

Perusahaan produk atau jasa harus mengembangkan kualitas pelayanan dalam melayani kebutuhan pelanggan.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Komitmen Perusahaan

Tinggi rendahnya komitmen perusahaan menurut Dessler dipengaruhi oleh empat faktor yaitu sebagai berikut:²⁰

1) Nilai-nilai kemanusiaan

Dasar utama membangun komitmen pelanggan adalah kesungguhan dari perusahaan untuk memprioritaskan nilai-nilai kemanusiaan. Perusahaan berasumsi bahwa pelanggan merupakan aset penting sehingga kepuasan pelanggan penting untuk diperhatikan.

²⁰ Aditya Nanda Priyatama, *Gugus Kendali Mutu Dalam Kaitannya Dengan Kinerja Karyawan*, (Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media, 2021) hlm 18-19.

2) Komunikasi dua arah yang komprehensif

Komunikasi dibangun atas dasar kepercayaan untuk menghasilkan suatu bentuk rasa saling percaya diperlukan komunikasi dua arah.

3) Rasa kebersamaan dan keakraban

Faktor ini menciptakan rasa kebersamaan dan keakraban yang pada tahap selanjutnya memberi kontribusi pada komitmen pelanggan terhadap perusahaan.

4) Visi dan misi perusahaan

Visi dan misi yang jelas pada perusahaan akan menjadi landasan atau dasar untuk menjadi acuan dalam membuat inovasi untuk perkembangan organisasi.

2. Tinjauan Umum Tentang Loyalitas Pelanggan

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas secara bahasa diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap objek.²¹ Menurut Griffin loyalitas pelanggan memiliki peran yang penting dalam sebuah perusahaan. Hal ini menjadi faktor utama bagi perusahaan untuk mempertahankan loyalitas. Loyalitas lebih mengacu pada sebuah wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara

²¹ Dr. Jaenudi, S.E, M.M., *loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan Televisi Dalam Acara Tembang Pantura*,(Deepublish, 2019) hlm. 19.

terus-menerus terhadap barang ataupun jasa suatu perusahaan yang dipilih.²²

Menurut Gramer dan Brown loyalitas konsumen yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, tetapi mempunyai komitmen dan bersikap positif terhadap perusahaan, yaitu dengan cara merekomendasikan kepada orang lain guna memakai, membeli jasa atau produk dari perusahaan tersebut. Sedangkan loyalitas menurut Tjiptono adalah situasi dimana konsumen berusaha bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa/produk) dan disertai dengan pola pembelian berulang dan konsisten.²³

Berdasarkan definisi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas merupakan sebuah perilaku positif konsumen terhadap suatu produk atau jasa pada perusahaan itu sendiri yang disertai dengan komitmen untuk membeli ulang produk atau menggunakan jasa perusahaan tersebut.

b. Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut Jeremia dan Djurwati loyalitas Konsumen merupakan sebuah hasil yang didapat dari kepuasan klien akan membuat sebuah produk barang atau jasa, loyalitas akan memberikan dampak positif

²² Yolanda Anastasia Sihombing, *Loyalitas Pasien*, (Pekalongan:Penerbit NEM, 2022), hlm. 9.

²³ Aang Curatman, *Program Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish,2020), hlm. 25.

bagi perusahaan seperti konsumen yang loyal melakukan pembelian secara berulang-ulang pada produk atau jasa perusahaan.²⁴

Menurut Tjiptono menjelaskan bahwa Indikator loyalitas konsumen dibagi menjadi empat yaitu: ²⁵

- 1) Melakukan pembelian ulang adalah niat beli yang dilakukan pelanggan lebih dari satu kali pembelian
- 2) Merekomendasikan kepada pihak lain yaitu menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk atau jasa.
- 3) Tidak berniat untuk pindah adalah konsumen setia terhadap produk atau jasa yang disukainya dan tidak mau berpindah ke produk atau jasa yang lain.
- 4) Membicarakan hal-hal positif adalah berbicara hal-hal baik terkait produk atau jasa yang dibeli.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Swastha dan Handoko menyebutkan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas, sebagai berikut:²⁶

- 1) Kualitas Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan

²⁴ Nabila Putri Sakinah dkk, “ Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Skincare Wardah Dikota Bima”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No. 2, 2022, hlm. 40.

²⁵ Nabila Putri Sakinah dkk, Analisis Loyalitas Pelanggan,... hlm.40.

²⁶ Dr. Hj. Mu'ah, SE.,MM, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Apek Kualitas dan Pelayanan dan Biaya Peralihan*, (Taman Sidoarjo, Zifatama Publisher, 2021), hal. 122.

klien yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas klien.

- 2) Kualitas jasa, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas jasa.
- 3) Emosional, emosional di sini lebih diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya.
- 4) Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Jadi harga di sini lebih diartikan sebagai akibat, atau dengan kata lain harga yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.
- 5) Biaya, kebanyakan orang berpikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas, sehingga konsumen lebih loyal terhadap produk tersebut.

3. Hubungan Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen

Komitmen perusahaan berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan, semakin berkualitas produk dan juga layanan yang

diberikan oleh perusahaan maka keinginan membeli ulang produk akan semakin tinggi guna mencapai pelanggan yang loyal.

Hubungan komitmen perusahaan dengan loyalitas pelanggan dikemukakan oleh Nielsen yaitu meningkatnya komitmen perusahaan akan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Hal tersebut dapat dipahami mengingat tingginya komitmen akan membuat pelanggan menjaga hubungan baik yang telah terjalin dengan penyedia jasa.²⁷ Komitmen perusahaan yang dimaksudkan disini adalah upaya dalam pemenuhan janji perusahaan bagi pelanggannya, sehingga jika perusahaan menjanjikan sesuatu terhadap produknya kemudian perusahaan tersebut memenuhi janji berdasarkan yang ditawarkan kepada setiap pelanggannya maka akan menimbulkan tingkat kepercayaan yang tinggi pada pelanggan. Umumnya loyalitas terbentuk karena adanya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Maka secara jelas hal tersebut menggambarkan hubungan timbal balik antara komitmen perusahaan dengan loyalitas pelanggan, jika perusahaan memiliki komitmen terhadap konsumen maka perusahaan pasti berusaha untuk mempertahankan hubungannya dengan konsumen. Komitmen perusahaan mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk dan berdampak pula pada loyalitas konsumen.²⁸

²⁷ Ken Hermanto, Tesis: *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 10.

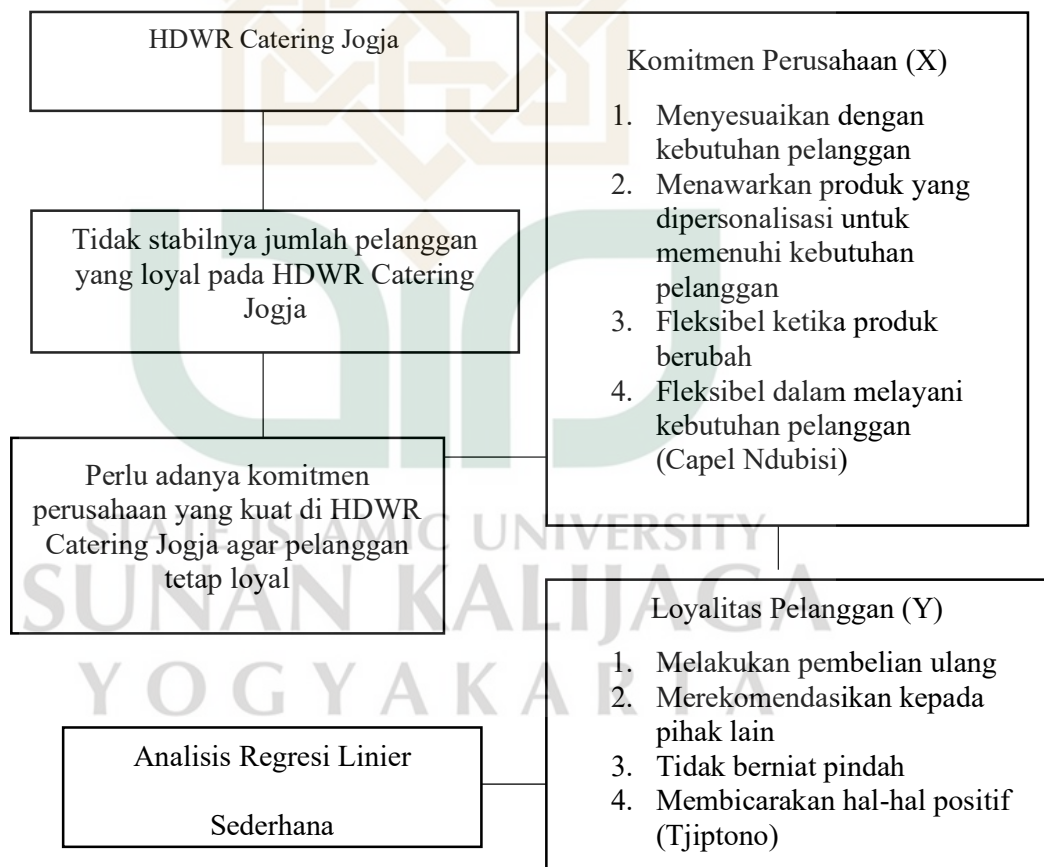
²⁸ <https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/eman/2006/jiunkpe-ns-s1-2006-31401191-5951-ponds-chapter2.pdf> diakses pada tanggal 15 November 2023 pukul 7.30 WIB.

F. Kerangka Berpikir dan Hipotesis

1. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Berdasarkan penelitian yang akan diteliti yaitu Pengaruh Komitmen Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen di HDWR Catering Jogja, maka kerangka berfikirnya dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Fikir



2. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, dimana masalah penelitian ini tersebut telah dituangkan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.²⁹

Hipotesis penelitian diperlukan untuk melakukan penelitian agar mempunyai gambaran sementara tentang kemungkinan jawaban dari permasalahan yang akan dihadapi. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengaruh Variabel Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Tjiptono komitmen adalah hasrat atau keinginan yang kuat dalam mempertahankan dan melanjutkan hubungan yang dianggap penting dan bernilai jangka panjang.³⁰ Komitmen biasanya tercermin pada perilaku kooperatif dan tindakan aktif untuk tetap mempertahankan relasi yang terbina.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Robby Tanod Mamusung pada tahun 2020, dengan judul “Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Supermarket di Kota Manado”. Hasil penelitian menunjukkkn bahwa komitmen berpengaruh positif dan

²⁹ Agung Edy Wibowo, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta:2016), hlm. 64.

³⁰ <http://repository.umy.ai.id> diakses pada tanggal 24 oktober 2023, pukul 13.08.

signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, dapat ditemukan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H₀: Komitmen Perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja.

H₁: Komitmen Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Selain itu, dari rumusan masalah, hipotesis, hasil penelitian data yang telah dikumpulkan dan telah teruji dengan menggunakan SmartPls 4.0, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan di HDWR Catering Jogja”. Hal ini dikarenakan hasil pengujian hipotesis memiliki nilai pengaruh koefisien terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,861 (positif), dengan *p-value* sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil dari *p-values* dalam penelitian ini yakni 0,00 yang berarti dibawah 0,05 yang mana ini menunjukkan hasil penelitian yang signifikan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan saran untuk HDWR Catering Jogja dan peneliti selanjutnya dan kiranya dapat dipertimbangkan melalui penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan HDWR Catering Jogja, diharapkan dapat selalu menjaga dan meningkatkan komitmennya terhadap pelanggan dengan cara setiap produk yang dihasilkan harus mampu mempertahankan

2. kualitas produk seperti yang diharapkan konsumen dan perusahaan harus memberikan harga yang kompetitif dibandingkan dengan perusahaan yang sejenis atau dengan memberikan diskon dengan minimal jumlah pemesanan. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan akan tetap loyal dan tidak berpindah ke katering lainnya.
3. Bagi pelanggan HDWR Catering Jogja apabila dalam memesan produk terdapat ketidak sesuaian maka harus konfirmasi langsung kepada pihak HDWR Catering Jogja.
4. Saran bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian, bahan perbandingan, dan pertimbangan untuk memperdalam penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat melakukan penelitian lebih mendalam tentang Komitmen Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan di tempat lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Metode Penelitian Kuantitatif, Yogyakarta:Aswaja Pressindo,2015.
- Adil Ahmad dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik*, Padang:GetPress Indonesia,2023.
- Agustina Anesya Dika, *Kepercayaan Dan Komitmen Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman JNE*, Surabaya: Administrasi Bisnis, 2018.
- Aini Tika Nur , *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Komitmen Sebagai Variable Intervening*, vol 1 (2), E-BISMA
- Akbar S Muhammad, “*Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Perilaku Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Barat*”. Skripsi, Makasar, Magister Program Studi Administrasi Publik, 2022.
- Curatman Aang, *Program Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: Deepublish,2020.
- Darma Budi, *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*, DKI Jakarta: GUEPEDIA, 2021.
- Daweis Aisyah Mutia dkk, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Padang:Get Press Indonesia, 2023.
- Dulyadi, *Buku Ajar Metode Ilmiah (Metode Penelitian Empiris, Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS)*, Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2018.
- Gunawan Ade, *Pengukuran Literasi Keuangan Syariah Dan Literasi Keuangan*, Medan: UmsuPress,2022.
- Hasibuan Ibnu Rahman, *Hubungan Komitmen Organisasi Terhadap Loyalitas Kerja Pegawai Rumah Sakit Khusus Mata Medan Baru.*, Skripsi, Medan, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, 2023.
- Hermanto Ken, Tesis: “*Analisis Pengaruh Kualitas Lyanan Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen*”, Semarang : Universitas Diponegoro, 2006.
- Hermawan Asep, *Penelitian Bisnis Pradigma Kuantitatif*, Jakarta, PT. Grasindo: 2022.
- <http://repository.umy.ai.id> diakses pada 24 oktober 2023, pukul 13.08.
- <https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/eman/2006/jiunkpe-ns-s1-2006-31401191-5951-ponds-chapter2.pdf> diakses pada 15 November 2023 Pukul 7.30 WIB
- <https://ejournal.undip.ac.id/inex.php/janis/article/download/26085/16838> diakses 7 oktober 2023.
- <https://staffnew.uny.ac.i/dupload/12232818pendidikanAnalisis=kuantitatif.pdf> diakses pada 15 oktober 2023 pukul 14.40

- Imam Ghozali dan Hengki Latan, *Partial Least Squares, Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPls 3.0, untuk Penelitian Empiris (2nd ed)*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015.
- Jaenudi, *loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan Televisi Dalam Acara Tembang Pantura*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Kurniawan Herry, “Analisis Kinerja Pegawai Melalui Komitmen Organisasi dan Motivasi”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol 3, Maret 2022.
- Mamusung Robby Tanod, “*Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Supermarket di Kota Manado*”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 9, Nomor 1, Maret, 2020.
- Mamusung Robby Tanod, “*Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Supermarket di Kota Manado*”, *jurnal administrasi vol 9*
- Mu’ah “*Loyalitas Pelanggan Tinjauan Apek Kualitas dan Pelayanan dan Biaya Peralihan*”, Taman Sidoarjo, Zifatama Publisher, 2021.
- Priyatama Aditya Nanda, “*Gugus Kendali Mutu Dalam Kaitannya Dengan Kinerja Pegawai*”, Jawa Timur, CV. penerbit Qiara Media: 2021.
- Putra Aridwan Lasmana dkk, “*Pengaruh Personal Selling, Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Nobel Audiology Center Surabaya*”, *Jurnal Adimistrasi Bisnis*
- Rifa’i Muhamad dkk, *Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online*, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi Vol.8, No.1, 2020*.
- Sakinah Nabila Putri dkk, “*Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Skincare Wardah Dikota Bima*”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No. 2, 2022.
- Sekaran, U. & Roger Bougie, *Research Methods for Bussines: A Skill-Building Approach*. In *Leadership & Organizational Development Journal* (vol.34, Issue 7). <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>.
- Sihombing Yolanda Anastasia, *Loyalitas Pasien*, Pekalongan: Penerbit NEM, 2022.
- Sugeng Bambang “*Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Sugiyono “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sugiyono, *Media Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sumber dari <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/1962/1764> diakses pada hari selasa 14 November 2023, pukul 11.15.
- Susanti Dewi Sri dkk, *Analisis Regresi Dan Korelasi*, Malang: CV.IRDH, 2019.
- Veronica Aries dkk, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*”, Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Wibowo Agung Edy “*Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*, Bandung, Penerbit Isna: 2021.