

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota kuliner yang kaya akan berbagai jenis makanan. Mulai dari street food yang beragam hingga makanan khas daerah, Bandung memiliki banyak pilihan kuliner. Bakery juga menjadi salah satu jenis makanan yang sangat disukai oleh penduduk setempat maupun pengunjung dari luar kota. Keberagaman bakery yang tersedia di Bandung membuat banyak orang datang hanya untuk menikmati berbagai hidangan lezat yang ditawarkan di kota ini.

Persaingan di industri bakery di Kota Bandung semakin ketat seiring dengan banyaknya perusahaan bakery yang melakukan berbagai inovasi. Berawal dari Kartika Sari yang dikenal sebagai pelopor pastry khas buah tangan dari Kota Bandung. Hal ini karena ada idiom yang melekat diantara wisatawan, belum disebut ke Bandung kalau tidak membawa pisang bolen Kartika Sari. Saat ini usaha cake dan pastry di Kota Bandung mulai mengalami pertumbuhan, peluang pasar yang masih sangat besar menjadi faktor pendorong bagi pelaku usaha baru untuk masuk dalam industri cake dan pastry. Masuknya pendatang baru dalam industri pastri sedikit banyak telah memunculkan persaingan diantara pelaku usaha. Contohnya Brownies Amanda, Prima Rasa, Bandung Makuta, dan Bolu Susu Lembang telah membuka one stop shop mereka sendiri.

Semakin banyaknya toko dan pelaku usaha bakery membuat para pengusaha dalam bidang ini berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dalam bidangnya. Strategi yang dipakai untuk memenangkan persaingan di industri bakery adalah *non*

price competition contohnya seperti kualitas pelayanan. Konsumen tentunya ingin memiliki pengalaman berbelanja yang berkesan berdasarkan pelayanan yang mereka dapatkan saat berbelanja.

Holland Bakery adalah salah satu merek bakery ternama di Indonesia yang telah berdiri dari tahun 1978 dan dikenal luas dengan berbagai produk roti dan kue berkualitas tinggi. Dengan banyaknya cabang yang tersebar di berbagai daerah, Holland Bakery terus berupaya menjaga standar produknya agar tetap menjadi pilihan utama pelanggan (Oktaviani, 2025). Namun, di tengah persaingan industri bakery yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi aspek yang tidak kalah penting dalam mempertahankan daya saing perusahaan.

Holland Bakery cabang Gardujati menghadapi tantangan signifikan terkait penurunan kualitas pelayanan, yang ditandai dengan peningkatan jumlah keluhan pelanggan. Keluhan-keluhan ini disampaikan melalui berbagai platform berbelanja daring seperti Gofood, Grabfood, dan Shopeefood. Tidak sedikit pula pelanggan yang menyampaikan keluhannya melalui saluran komunikasi langsung seperti WhatsApp Holland Bakery, serta memberikan ulasan negatif pada aplikasi Google Maps terkait pengalaman mereka. Fenomena ini mengindikasikan adanya isu mendasar dalam operasional pelayanan yang berpotensi merusak reputasi dan memengaruhi loyalitas pelanggan secara jangka panjang.

Tabel 1. 1
Jumlah Keluhan Pelanggan Holland Bakery cabang Gardujati Tahun 2024

Bulan	Jumlah Keluhan
Januari	6
Februari	7
Maret	26
April	20
Mei	13
Juni	16
Juli	16
Agustus	18
September	14
Oktober	19
November	21

Sumber :Holland Bakery Gardujati

Keluhan yang terjadi ini adalah keluhan yang meliputi kualitas pelayanan seperti :

1. Ketersediaan produk tidak sesuai dengan yang diiklankan pada platform berbelanja daring seperti Gofood, Grabfood, dan Shopeefood.
2. Kecepatan melayani pelanggan di kasir yang memakan waktu cukup lama.
3. Keramahan dalam melayani dan menangani komplain dari pelanggan.
4. Ketepatan waktu dalam pengiriman tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Masalah yang terjadi ini dapat berpotensi merusak reputasi perusahaan dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan dan akan menyebabkan menurunnya pendapatan dari Holland Bakery cabang Gardujati. Dari data jumlah keluhan pelanggan Holland Bakery cabang Gardujati yang kian bertambah mengakibatkan jumlah pelanggan loyal yang datang juga mengalami perubahan.

Berikut adalah jumlah pelanggan loyal pada Holland Bakery cabang Gardujati tahun 2024 :

Tabel 1. 2
Jumlah Pelanggan Loyal Holland Bakery cabang Gardujati Tahun 2024

Bulan	Jumlah pelanggan loyal
Januari	102
Februari	98
Maret	124
April	112
Mei	96
Juni	96
Juli	92
Agustus	96
September	91
Oktober	102
November	93
Desember	101

Sumber :Holland Bakery Gardujati

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan loyal yang datang ke Holland Bakery cabang Gardujati pada tahun 2024 menurun secara signifikan, pada bulan Januari terdapat 102 pelanggan loyal dan mengalami penurunan di bulan Februari, meskipun ada kenaikan kembali pada bulan Maret dikarenakan bulan Ramadan dan Hari Raya Idul Fitri, di bulan-bulan berikutnya jumlah pelanggan loyal di Holland Bakery cabang Gardujati kian menurun hingga pada bulan Desember hanya tinggal 101 pelanggan loyal yang datang ke Holland Bakery cabang Gardujati.

Menurunnya jumlah pelanggan loyal pada Holland Bakery ini juga berpengaruh terhadap pendapatan yang didapatkan Holland Bakery cabang

Gardujati, pendapatan yang didapat mengalami perubahan. Berikut adalah pendapatan Holland Bakery cabang Gardujati pada tahun 2024 :

Tabel 1. 3
Data Penjualan Holland Bakery cabang Gardujati Tahun 2024

Bulan	Omset	Perkembangan
Januari	210.918.300	0%
Februari	200.714.200	-4,8%
Maret	193.653.300	-3,5%
April	257.141.800	+32,7%
Mei	227.618.600	-11,4%
Juni	180.437.200	-20,7%
Juli	180.244.900	-0,10%
Agustus	172.967.800	-4,03%
September	155.855.600	-9,89%
Oktober	163.540.400	+4,93%
November	159.909.300	-2,22%
Desember	173.569.500	+8,54%

Sumber :Holland Bakery cabang Gardujati

Berdasarkan data pada tabel di atas, omset Holland Bakery cabang Gardujati mengalami kenaikan dan juga penurunan setiap bulannya. Terutama pada bulan Mei 2024 sampai dengan September 2024 omset Holland Bakery cabang Gardujati turun cukup drastis. Hal ini dapat disebabkan oleh tingkat loyalitas pelanggan pada Holland Bakery cabang Gardujati yang menurun seperti pada data tabel sebelumnya, sehingga pendapatan pun mengalami penurunan.

Penurunan pendapatan yang dapat disebabkan karena loyalitas pelanggan yang menurun ini dapat mengakibatkan pelanggan lebih memilih berbelanja di kompetitor lain dan mengurangi pendapatan Holland Bakery cabang Gardujati. Kesuksesan perusahaan ditandai dengan banyaknya pelanggan yang loyal. Semakin

lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh pelanggan dari perusahaan tersebut (Supertini, Telagawathi, & Yulianthini, 2021: 69).

Untuk memahami sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, peneliti melakukan pra survei sebagai langkah awal dalam memperoleh gambaran umum persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Pra survei ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner singkat kepada 30 pelanggan yang berkunjung ke Holland Bakery cabang Gardujati selama satu minggu terakhir. Kuesioner ini disusun berdasarkan dimensi SERVQUAL seperti tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Selain itu, beberapa pertanyaan juga diajukan untuk mengukur tingkat loyalitas, seperti intensitas kunjungan ulang dan kecenderungan merekomendasikan toko kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Zeithaml dalam (Laura et al 2021: 414) *Customers as assets to be valued, developed, and retained. The strategies and tools we offer thus focus on customer relationship building and loyalty.*

Tabel 1. 4
Pra Survei Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	Jawaban				
		Setuju		Tidak Setuju		Total
		F	%	F	%	%
1	Saya Tertarik dan akan melakukan pembelian berulang di Holland Bakery cabang Gardujati	13	43,3%	17	56,7%	100%
2	Saya tidak tertarik dengan toko bakery lain yang berada dekat dengan Holland Bakery cabang Gardujati	11	36,7%	19	63,3%	100%
3	Saya akan merekomendasikan Holland Bakery cabang Gardujati kepada orang yang saya kenal	12	40%	18	60%	100%
Rata rata		37,2%		62,2%		

Dari hasil pra survei yang telah dilakukan kepada 30 responden pelanggan Holland Bakery cabang Gardujati, didapatkan hasil bahwa 43,3% responden tertarik melakukan pembelian berulang sedangkan 56,7% responden tidak tertarik melakukan pembelian berulang. Dari data tersebut terlihat bahwa tingkat loyalitas pelanggan Holland Bakery cabang Gardujati tergolong ke dalam kategori rendah. Hal ini tentunya kurang baik bagi perusahaan karena menurut (Zahara, 2020: 33) menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan dapat menjadi aset penting bagi perusahaan, karena konsumen yang loyal cenderung tidak sensitif terhadap perubahan harga dan lebih mungkin memberi rekomendasi.

Berdasarkan tabel pra survei loyalitas pelanggan, 19 responden tidak setuju bahwa mereka tidak tertarik dengan toko bakery lain yang berada dekat dengan Holland Bakery cabang Gardujati. Menurut (Hermawan, 2023: 2) nilai dari pelanggan yang loyal juga sangat berguna bagi perusahaan, maka sangat penting

bagi perusahaan untuk memperhatikan aspek yang dapat menyebabkan pelanggan melakukan pembelian ulang. Kemudian minat juga merupakan daya tarik awal seseorang untuk melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan kepada 30 responden pelanggan Holland Bakery cabang Gardujati, 18 dari 30 responden tidak setuju untuk merekomendasikan Holland Bakery cabang Gardujati kepada orang yang dikenal. Hal ini berarti 18 responden tidak merasa puas ketika berbelanja di Holland Bakery. Tentunya ini kurang baik karena rekomendasi merupakan sesuatu yang penting. (Supertini et al, 2021) bahkan menyatakan Pelanggan yang puas dengan produk atau layanan Anda cenderung akan merekomendasikannya kepada orang lain. Rekomendasi dari pelanggan dapat menjadi promosi yang efektif dan membantu memperluas jangkauan bisnis Anda.

Penelitian oleh (Zahara, 2020) memberikan wawasan tambahan dengan memasukkan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, diungkapkan bahwa kualitas pelayanan secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas melalui tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hal ini memberi pemahaman bahwa meskipun kepuasan menjadi aspek penting, loyalitas jangka panjang memerlukan lebih dari sekadar kepuasan sesaat. Sementara itu, penelitian oleh (Indrawati & Wijayanti, 2021) menegaskan kembali pentingnya kualitas pelayanan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks layanan Indihome di Kota Semarang. Penelitian ini menambahkan perspektif bahwa di bidang jasa telekomunikasi, kualitas pelayanan menjadi penentu utama dalam menjaga

pelanggan tetap setia, bahkan di tengah persaingan yang ketat. Berdasarkan studi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang berkualitas tinggi dan konsisten menjadi elemen dasar untuk membangun ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan.

Dalam memeriksa studi terdahulu terkait loyalitas pelanggan, penelusuran kami mengungkapkan bahwa peneliti sebelumnya telah melakukan analisis mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui berbagai perspektif dan pendekatan. (Gultom, Arif, & Fahmi, 2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berdampak signifikan pada loyalitas, diperantarai oleh kepercayaan, sehingga menekankan peran vital kualitas pelayanan dalam membangun kepercayaan tersebut. Hal ini diperjelas dalam studi oleh (Pertiwi, Ali, & Sumantyo, 2022) yang menyelidiki loyalitas pelanggan dengan fokus pada persepsi harga, kualitas pelayanan, dan tingkat kepuasan, yang semuanya ditemukan mempengaruhi loyalitas secara langsung. Kemudian, Rahayu & Darman (2022) juga menyoroti pentingnya kualitas pelayanan, bersama harga dan promosi, sebagai elemen penting dalam memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Berbeda dengan penelitian terdahulu, skripsi ini fokus pada dunia bakery, di mana aspek asosiasi cita rasa dan pengalaman sensorik menjadi lebih menonjol dan memberikan nuansa baru dalam pengukuran loyalitas. Jadi, meskipun ada benang merah yang menghubungkan semua studi terdahulu terkait dengan kualitas pelayanan dan loyalitas, penelitian ini akan menggali lebih dalam dinamika tersebut dalam konteks Holland Bakery cabang Gardujati. Fokus penelitian ini berbeda

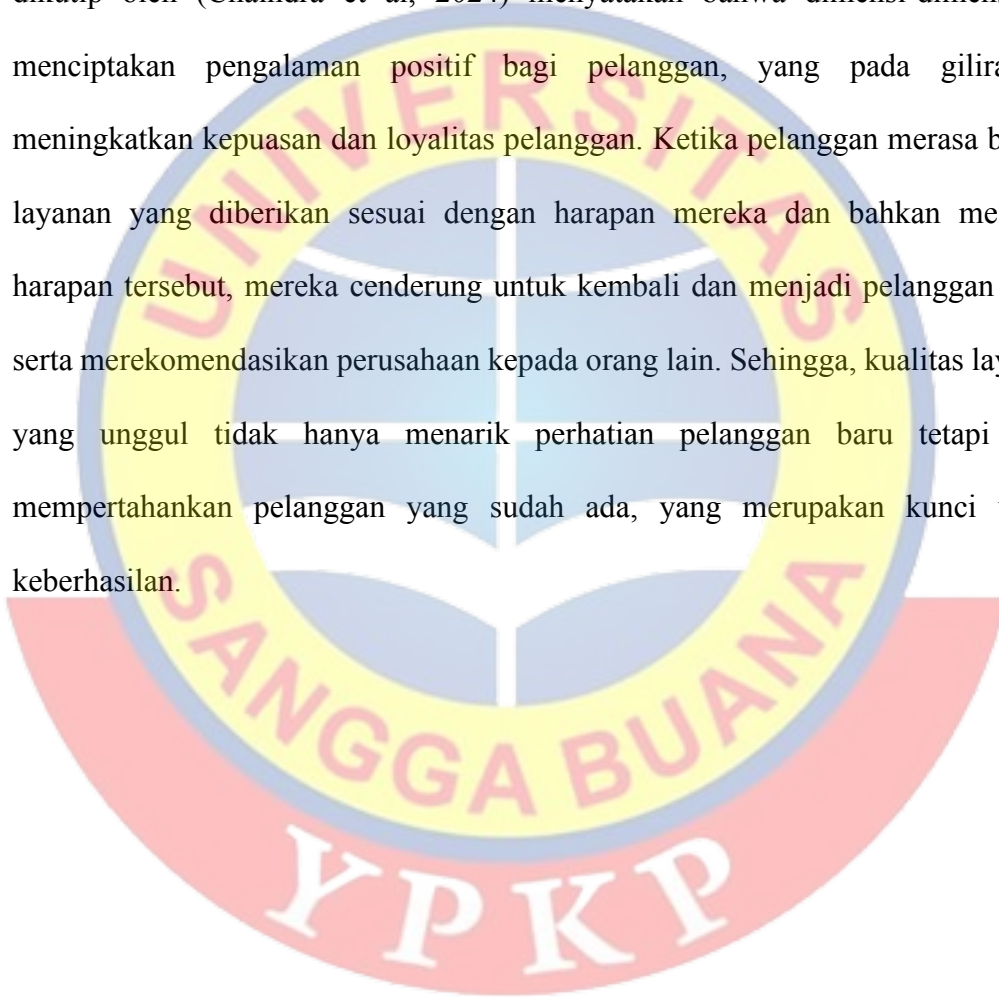
dengan studi sebelumnya karena mempertimbangkan variabel unik dalam industri bakery, seperti faktor budaya dan preferensi konsumen lokal yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor krusial yang berperan dalam pembentukan loyalitas pelanggan, terutama dalam industri makanan seperti Holland Bakery cabang Gardujati. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan tidak hanya merujuk pada seberapa baik standar operasional dijalankan, tetapi juga mencakup elemen-elemen pengalaman pelanggan yang lebih holistik, seperti interaksi interpersonal dan atmosfer toko yang mempengaruhi pengalaman sensorik konsumen. Kualitas pelayanan yang unggul menciptakan rasa keakraban dan kepuasan yang lebih mendalam pada pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat hubungan emosional dengan merek tersebut. Hubungan emosional ini berfungsi sebagai penghubung yang memperkuat loyalitas, dengan memberikan pelanggan alasan kuat untuk kembali, terlepas dari persaingan yang ada.

Dengan mempertimbangkan aspek strategis dalam merancang kualitas pelayanan, dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki kemungkinan signifikan untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan di Holland Bakery cabang Gardujati. Pengaruh ini dapat diidentifikasi melalui cara di mana kualitas pelayanan yang superior, yang menekankan personalisasi dan kapabilitas adaptif, dapat memperdalam hubungan emosional pelanggan dengan merek.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa layanan yang konsisten dan responsif memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yang

merupakan komponen krusial dalam pembentukan loyalitas. Dalam konteks Holland Bakery cabang Gardujati, kualitas layanan yang unggul tidak hanya memberikan nilai tambah bagi pengalaman konsumen, tetapi juga berfungsi sebagai pembeda kompetitif yang memperkuat daya tarik bisnis tersebut. Seperti yang dikutip oleh (Chaindra et al, 2024) menyatakan bahwa dimensi-dimensi ini menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka dan bahkan melebihi harapan tersebut, mereka cenderung untuk kembali dan menjadi pelanggan setia, serta merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Sehingga, kualitas layanan yang unggul tidak hanya menarik perhatian pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada, yang merupakan kunci untuk keberhasilan.



Tabel 1. 5
Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		Setuju		Tidak Setuju		Total
		F	%	F	%	%
1	Tampilan toko dan seragam karyawan bersih dan rapi	17	56,7%	13	43,3%	100%
2	Memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, +akurat dan dapat diandalkan	10	33,3%	20	66,7%	100%
3	Kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan di kasir	11	36,7%	19	63,3%	100%
4	Memberikan keamanan dalam transaksi	16	53,3%	14	46,7%	100%
5	Rekomendasi yang diberikan sesuai dengan preferensi pelanggan, serta pelayanan yang ramah dan personal.	13	43,3%	17	56,7%	100%

Sumber : Data diolah peneliti pada tahun 2025

Mengacu pada pra survei yang telah dilakukan kepada 30 pelanggan Holland Bakery cabang Gardujati, dapat dilihat banyak yang tidak setuju dengan “Memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan dapat diandalkan berarti terdapat permasalahan pada keandalan karyawan dalam melayani konsumen. Menurut (Rianda, 2025), Penting untuk diingat bahwa keandalan tidak hanya tentang memenuhi janji, tetapi juga tentang kualitas yang konsisten dari produk atau layanan yang diberikan. Misalnya, jika pelanggan memesan produk yang spesifik,

mereka mengharapkan kualitas produk yang sama setiap kali melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil pra survei pada dimensi *Tangibles*, sebagian besar setuju terhadap “Tampilan toko dan seragam karyawan bersih dan rapi”. Itu berarti tingkat kebersihan dan kerapian pada toko dan karyawannya sudah baik dan harus dipertahankan. (Rianda, 2025) juga menyatakan bahwa Bukti fisik juga termasuk tampilan profesional dari karyawan, seperti seragam yang rapi dan bersih. Semua aspek fisik ini memberikan kesan pertama yang sangat penting bagi pelanggan dan dapat mempengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima.

Berdasarkan hasil pra survei pada dimensi *Responsiveness* banyak responden tidak setuju terhadap “Kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan di kasir” Ini dapat menjadi pertimbangan akan kepuasan pelanggan, karena Menurut (Krishand, 2024) Daya tanggap menunjukkan komitmen perusahaan untuk menempatkan kebutuhan pelanggan sebagai prioritas utama, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pra survei pada dimensi *Assurance* banyak responden yang setuju terhadap “Memberikan keamanan dalam transaksi” dan harus tetap dipertahankan karena masih cukup banyak yang tidak setuju terkait dimensi tersebut. Dan yang terakhir berdasarkan hasil pra survei pada dimensi *Emphaty* masih banyak responden yang tidak setuju terhadap “Rekomendasi yang diberikan sesuai dengan preferensi pelanggan, serta pelayanan yang ramah dan personal”

yang dimana 56,7% merasa belum cukup, memperlihatkan bahwa pendekatan personal terhadap pelanggan masih harus ditingkatkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, hadir urgensi untuk mengambil penelitian yang kemudian diberi judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI HOLLAND BAKERY CABANG GARDUJATI”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Melalui latar belakang di atas yang telah dipaparkan, diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada Holland Bakery cabang Gardujati sebagai berikut:

- a) Penurunan pendapatan pada Holland Bakery cabang Gardujati
- b) Penurunan jumlah pelanggan loyal pada Holland Bakery cabang Gardujati
- c) Meningkatnya jumlah keluhan terhadap kualitas produk Holland Bakery cabang Gardujati
- d) Sedikitnya pelanggan yang tertarik melakukan pembelian berulang di Holland Bakery cabang Gardujati
- e) Sedikitnya pelanggan yang ingin merekomendasikan Holland Bakery kepada orang yang dikenal
- f) Mayoritas pelanggan masih tertarik dengan toko lain dibandingkan Holland Bakery cabang Gardujati
- g) Layanan yang dijanjikan tidak akurat dan tidak dapat diandalkan

- h) Kualitas pelayanan secara *emphaty* terjadi penurunan karena rekomendasi yang diberikan dan keramahan pelayanan kurang ramah dan personal

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah di atas, perlu adanya suatu batasan masalah penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (X) merupakan variabel bebas.
2. Loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat
3. Responden pada penelitian yaitu pelanggan Holland Bakery cabang Gardujati

1.4 Rumusan Masalah

Meninjau latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dipaparkan di atas, ditemukan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada perusahaan Holland Bakery cabang Gardujati
2. Bagaimana loyalitas pelanggan pada Holland Bakery cabang Gardujati
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Holland Bakery cabang Garduati

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami sejauh mana kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Holland Bakery cabang Gardujati mempengaruhi seberapa tinggi atau rendahnya loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan di sana. Hasilnya akan disajikan dalam bentuk karya ilmiah skripsi, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Prodi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Merunut pada rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengukur, mendeskripsikan, dan menganalisis:

1. Tingkat kualitas pelayanan pada Holland Bakery cabang Gardujati
2. Tingkat loyalitas pelanggan pada Holland Bakery cabang Gardujati
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Holland Bakery cabang Gardujati

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keuntungan, baik secara teoritis maupun praktis yang diharapkan didapatkan dari hasil analisis dan penelitian ini.

1.6.1 Kegunaan Teoritis

a) **Bagi Penulis:**

Adanya analisis pada penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman penulis mengenai konsep kualitas pelayanan maupun loyalitas pelanggan, serta bagaimana keduanya saling berhubungan.

b) **Bagi Akademik:**

Diharapkan analisis dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan serta literatur baru yang bermanfaat, khususnya dalam lingkup pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, yang bisa digunakan oleh akademisi dan mahasiswa sebagai acuan dalam penelitian serupa di masa depan.

1.6.2 Kegunaan Praktis

a) **Bagi Perusahaan:**

Analisis yang dilakukan ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak Holland Bakery cabang Gardujati sebagai informasi dan bahan pertimbangan dan masukan untuk menentukan kebijakan mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

b) **Bagi peneliti lain:**

Analisis pada penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan dengan baik, yakni dijadikan referensi untuk penelitian yang ada di kemudian hari jika akan ada analisis lanjutan yang lebih baik dengan topik pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat atau lokasi pada penelitian ini adalah di perusahaan Holland Bakery cabang Gardujati yang berlokasi di Jalan Gardujati no. 66A.

Waktu penelitian merupakan jangka waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini. Mulai dari tahap pengajuan judul sampai dengan akhir. Adapun rincian kegiatan penelitian ini terdapat dalam tabel di bawah:

Tabel 1. 6
Jadwal Kegiatan Penelitian dan Penyusunan Skripsi

No	Kegiatan	Maret-25				April-25				Mei-25				Juni-25				Juli-25				Agustus-25				September-25			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Penelitian																												
2	Pengajuan Judul pada Dosen Pembimbing																												
3	Pencarian Referensi Skripsi																												
4	Pengajuan Progress Bab I																												
5	Pengajuan Progress Bab II																												
6	Pengumpulan Data Penelitian																												
7	Pembuatan Kuisioner Penelitian																												
8	Pengajuan Progress Bab III																												
9	Sidang Usulan Penelitian																												
10	Laporan Hasil Penelitian																												
11	Pengajuan Hasil Penelitian																												
12	Sidang Akhir Skripsi																												

Sumber: Peneliti pada 2025