

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *CAFE*
SEMEDULUR KLATEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

BAGAS ADI WIJAYA

NIM. 1821100047

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN

Juli 2022

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CAFE SEMEDULUR
KLATEN

Diajukan Oleh :
BAGAS ADI WIJAYA
NIM : 1821100047

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan penguji
skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten

Pada Tanggal 29 JUNI 2022

Pembimbing Utama



H. Arif Julianto SN,SE,M,SI
NIK 690 301 250

Pembimbing Pendamping



Hj. Anis Mariukah, S.E., M.M
NIK. 690 994 143

Mengetahui,

Ketua Prodi Manajemen



H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd.
NIK. 690 301 250

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CAFE SEMEDULUR
KLATEN**

Diajukan Oleh :

BAGAS ADI WJAYA

NIM : 1821100047

Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

Pada Tanggal 07 Juli 2022

Ketua



Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc.

NIK. 690 208 290

Sekretaris



H. Abdul Harris, S.E., M.M., M.Pd.

NIK. 690 098 194

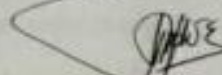
Penguji Utama



H. Arif Julianto Sri N., S.E., M.Si.

NIK. 690 301 250

Penguji Pendamping



Hj. Anis Marlukah, S.E., M.M.

NIK. 690 994 143

Disahkan oleh :



Dekan Fakultas Ekonomi
Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc.
NIK. 690 208 290

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : BAGAS ADI WIJAYA
NIM : 1821100047
Jurusan/Program Studi : EKONOMI MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CAFE SEMEDULUR KLATEN**

Adalah sebenar-benarnya karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka .

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, 2022

Penulis



BAGAS ADI WIJAYA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan rasa syukur akhirnya skripsi ini dapat saya selesaikan dan saya persembahkan kepada :

- Allah SWT atas rahmat dan karunianya yang sangat banyak selalu dilimpahkan kepada kami semuanya. Dan dengan petunjukNya lah kami bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
- Orangtua saya, ibu Triwahyuni yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan kesabaran dalam mendidik sampai sekarang ini. Semoga jerih payahnya mendapat ganti oleh Allah SWT dengan rezeki dan pahala yang berlipat ganda.
- Om saya, Sigit Rohmadi dan Bulik saya Suriwarajati, yang sudah mebantu saya berupa moril maupun materil, untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi seperti saat ini.
- Nenek saya tersayang (Suharni) yang telah membesarkan saya dengan kasih sayangnya.
- Untuk seluruh keluarga saya baik kakak, adik dan orang-orang terdekat ku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
- Segenap dosen dan karyawan Universitas Widya Dharma Klaten yang telah memberikan pembelajaran sampai semester akhir ini.

- Untuk teman teman seperjuangan Manajemen Ekonomi kelas A dan B 2018 yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu kalian luar biasa, sukses selalu kawan.
- *Geng Wong Sugih*, Alpanmart, Andickha, Si JJ, Si Dar dan Si wow yang telah membantu, menyemangati dan menemani dalam perkuliahan dan mengerjakan skripsi ini. Semoga k'lean sukses semua amin.
- Untuk orang paling spesial yaitu Siwi terimakasih sudah menemani, menyemangati dan membantuku selama ini. Semoga kesehatan, keberkahaan dan kesetiaan selalu menyertaimu.
- Untuk Cafe Semedulur Klaten dan Awor Coffe yang telah menyediakan tempat yang nyaman selama saya mengerjakan skripsi ini.

-Motto-

“ Dream it, Wish it, Do it ”

-Rencanaku bisa saja jadi wacana, akan tetapi rencana Allah sudah pasti luar biasa
terjadinya-

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CAFE SMEDULUR KLATEN ”

Skripsi ini disusun dengan melengkapi persyaratan ujian akhir guna mendapat gelar sarjana strata ekonomi di Universitas Widya Dharma Klaten. terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dorongan, bantuan, pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H Triyono, M.pd, selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten
2. Dr. Sutrisno Badri, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
3. H. Abdul Haris, S.E.,M.M.,M.,Pd selaku ketua jurusan Manajemen
4. H. Arif Julianto SN,SE,M.SI selaku pembimbing utama yang senantiasa memberikan bimbingan secara detail dan sabar untuk penyelesaian skripsi
5. Hj. Anis Marjukah., S.E., M.M selaku pembimbing pendamping yang juga telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Untuk semua Bapak/Ibu dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi, terutama dosen jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi khususnya Progdi Manajemen 2018
8. Ibu, Kakak, dan Keluarga besar yang telah memberikan support baik moril maupun materil
9. Teman-teman karyawan cafe semedulur
10. Dan semua pihak yang telah membantu dengan dukungan moril maupun materil dalam penulisan skripsi ini. Semoga kebaikan dan keikhlasan kalian semua dibalas oleh Allah dengan ganjaran yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa terdapat kesalahan dalam penulisan, penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti dan menambah wawasan kedepannya.

Klaten, 2022

Penulis

BAGAS ADI WIJAYA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIALISME	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul	6
C. Penegasan Judul	6
D. Pembatasan Masalah	7
E. Perumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	9
H. Sistematika Penulisan.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Konsep Pemasaran	13
3. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
4. Pengertian Kualitas Produk.....	16
5. Pengertian Harga.....	18
6. Pengertian Loyalitas Konsumen	20
B. Tabel Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Konseptual Pemikiran.....	23
D. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
B. Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling.....	25
C. Tehnik dan Instrumen Penelitian	27
1. Tehnik Pengumpulan Data.....	27
2. Sumber Data.....	28
D. Metode Analisis Data.....	29
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	29
2. Analisis Regresi Linier Berganda	30
3. Analisis Korelasi	31
4. Uji Parsial t.....	31
5. Uji Statistik F	32
6. Uji Determinasi (R^2)	33
E. Definisi Operasional.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
B. Identifikasi Responden.....	37
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
D. Uji Instrumen Penelitian	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	53
E. Analisis Data	54
1. Analisis Regresi	54
2. Analisis Korelasi	57
3. Uji Parsial (Uji t).....	60
4. Uji Simultan (Uji F)	63
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
F. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	21
TABEL 3.1 Skor Jawaban Angket	28
TABEL 3.2 Definisi Operasional	34
TABEL 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
TABEL 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	38
TABEL 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
TABEL 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	40
TABEL 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Aspek Kualitas Pelayanan	42
TABEL 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Aspek Kualitas Produk.....	44
TABEL 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Aspek Harga	47
TABEL 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Aspek Loyalitas Konsumen	49
TABEL 4.9 Hasil Uji Validitas	52
TABEL 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	54
TABEL 4.11 Analisis Regresi	55
TABEL 4.12 Uji Koefisien Korelasi X1	58
TABEL 4.13 Uji Koefisien Korelasi X2	59

TABEL 4.14 Uji Koefisien Korelasi X3	60
TABEL 4.15 Hasil Uji t	61
TABEL 4.16 Hasil Uji F	63
TABEL 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 kerangka pemikiran	23
-------------------------------------	----

Daftar Lampiran

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Tabulasi
- Lampiran 3 : Distribusi Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Uji Regresi Linier
- Lampiran 5 : Analisis Korelasi
- Lampiran 6 : Uji Parsial t, Uji F dan Uji Determinasi
- Lampiran 7 : Foto Penelitian

ABSTRAK

BAGAS ADI WIJAYA, NIM. 1821100047, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Widya Dharma Klaten. Skripsi. “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CAFE SEMEDULUR KLATEN**”.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang menjadi komponen penting dalam perusahaan ini. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Variable dalam penelitian ini adalah variable bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), Kualitas produk (X2) dan harga (X3) serta variable terikat (Y) yaitu loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, instrumen data menggunakan kuesioner.

Dari perhitungan dengan korelasi product moment diperoleh r hitung dari variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,075 dan nilai Signifikansi sebesar 0,475 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) tidak berkorelasi terhadap loyalitas konsumen (Y). Diperoleh r hitung dari variabel Kualitas Produk yaitu sebesar 0,356 dan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X2) memiliki korelasi yang lemah terhadap loyalitas konsumen (Y). Diperoleh r hitung dari variabel Harga yaitu sebesar 0,414 dan nilai signifikansinya 0,00 lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa harga (X3) memiliki korelasi yang sedang terhadap loyalitas konsumen (Y).

Keywords :kualitas pelayanan,kualitas produk, harga, loyalitas konsumen, cafe semedulur klaten, pemasaran, manajemen

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju telah mempengaruhi perkembangan usaha dan bisnis salah satunya yaitu dibidang kuliner. Makanan dan minuman adalah kebutuhan dasar manusia, dan bisnis kuliner lebih berharga daripada jenis bisnis lainnya. Kedai kopi sekarang populer dikalangan remaja, tempat untuk bertemu dan bertukar pikiran dengan teman-teman. Pertumbuhan bisnis kedai kopi di Indonesia semakin menjanjikan dan layak dipertimbangkan. Pada tahun 2020, di Kabupaten Klaten setidaknya sudah ada 100 *cafe* atau *foodcourt*, dengan penjualannya yang sangat tinggi ini diharapkan meningkat setiap tahun. Banyaknya pelaku usaha yang sama mengakibatkan persaingan yang terjadi diantara para pebisnis itu sendiri akan semakin ketat sehingga memaksa harus putar otak lagi untuk menyiapkan strategi yang tepat supaya dapat meningkatkan keuntungan yang lebih besar. Para pelaku usaha ini perlu mengembangkan strategi-strategi baru yang lebih menarik bagi konsumen agar produk-produk yang mereka hasilkan dapat diterima oleh konsumen. Pemasar harus mampu menyampaikan produk kepada konsumen dan menganalisis faktor-faktor yang mendukung perilaku pembelian mereka.

Jika kita melihat peluang bisnis yang ada pada tahun-tahun ini memang masih dapat dikatakan peluang usaha yang masih terbuka lebar. Pada dasarnya semua kegiatan usaha yang menguntungkan adalah berdasarkan atas peluang yang besar, artinya jika usaha tidak mempunyai peluang yang besar dengan sendirinya usaha atau bisnis tersebut akan sia-sia. Hal tersebut terjadi karena potensi pasarnya tidak terlalu besar. Peluang pasar merupakan suatu bidang kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan dan membaca peluang pasar hukumnya adalah wajib bagi seorang *entrepreneur*. Sebelum melalui suatu kegiatan usaha yang akan dijalankan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan contohnya jenis usaha, jenis produk, target konsumen, lingkungan, legalitas, modal dan resiko. Diantara berbagai hal tersebut, kedai kopi merupakan salah satu dari sekian banyak peluang bisnis yang berkembang belakangan ini.

Perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan khususnya anak muda yang cenderung konsumtif, ingin bersosialisasi dengan teman-temannya dan menyenangi produk instan mengakibatkan keinginan pengusaha untuk menciptakan produk praktis guna memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Munculnya menu-menu baru diharapkan dapat memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga pelanggan tetap merasa nyaman dan tidak berpindah ke *cafe* lain.

Ketika persaingan semakin ketat mempertimbangkan kebutuhan konsumen, keinginan dan kepuasan layanan adalah kunci keberhasilan suatu usaha ditengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memberikan produk yang bernilai dan memberikan kesan yang mendalam kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang diberikannya.

Kualitas pelayanan adalah segala aspek yang berkaitan dengan sumber daya manusia dan dapat memberikan layanan terhadap segala bentuk kebutuhan yang diinginkan konsumen, Jafar (2017). Tiga hal utama yang harus dipertahankan agar layanan mencapai puncak kualitasnya yaitu: berwujud, daya tanggap, handal. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga mempengaruhi loyalitas konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan, Kotler dan Keller (2016:143). Kualitas produk yang baik yaitu yang bisa memenuhi tuntutan konsumen yang memiliki unsur unsur yang bisa diterapkan yaitu harga yang wajar, awet, mudah didaur ulang, aman, mudah dibuat dsb.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa, Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3). Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Loyalitas konsumen merupakan bukti keberhasilan produsen dalam menciptakan produk yang berkualitas dan bersaing di pasar, Purwanto (2016). Semakin terpenuhi harapan-harapan konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang.

Adapun data *cafe* di sekitar Kabupaten Klaten antara lain :

No	Nama <i>Cafe/foodcourt</i>	Alamat
1	Semedulur <i>Coffee</i> Klaten	Jl. Pemuda No 97, Pandanrejo, Kec Klaten Tengah, kabupaten Klaten, Jawa Tengah
2	Brix <i>Coffee & Kitchen</i>	Jl. Mayor Kusmanto No 108, Pondok, Gergunung, Kec Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah
3	Awor <i>Coffee</i> Klaten	Jl. Merbabu No 5, Gayamprit, Kec Klaten Selatan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah
4	Sinaran <i>Coffee</i>	Jl, K.A Gringsing 3, Pondok, Gergunung, Kec. Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah
5	Kopi Lawe Klaten	Jl. Pemuda No.295, Mlinjon, Tonggalan, Kec. Klaten Tengah, kabupaten Klaten, Jawa Tengah

Sekarang ini banyak *cafe* menghadapi persaingan yang ketat. Untuk menghadapi persaingan dimasa yang akan datang perlu selalu mengadakan evaluasi terhadap faktor-faktor bauran pemasaran khususnya kualitas pelayanan, produk, harga untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat terus mengikuti keinginan konsumen dan bertahan dalam bersaing. Bertolak dari keadaan tersebut penulis tertarik untuk menguraikan lebih jauh bagaimana keadaan tersebut dapat terjadi dan bagaimana menemukan solusi yang terbaik dalam mengatasi masalah tersebut sehingga penulis ingin mengangkat judul

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *CAFE*
SEMEDULUR KLATEN”.**

B. Alasan Pemilihan Judul

1. Alasan Subjektif

Tertarik meneliti di bidang pemasaran di *cafe* yang mencakup tentang Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas konsumen *cafe* Semedulur Klaten.

2. Alasan Objektif

Alasan objektif penulis mengambil judul ini adalah mengadakan penelitian, menambah wawasan dan pengetahuan tentang loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, produk, dan harga pada *cafe* Semedulur Klaten.

C. Penegasan Judul

Definisi judul penelitian ini mencakup tentang :

1. Kualitas pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan, Kasmir (2017: 47).

2. Kualitas produk

Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara

psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil, Kotler dan Amstrong (2015:224).

3. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk dan pelayanan *cafe*. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga adalah kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat, Stanton dalam Widodo (2016: 30).

4. Loyalitas konsumen

Tjiptono menyebutkan loyalitas konsumen adalah ikatan yang dalam untuk melakukan pembelian kembali ataupun melindungi sebuah produk atau perusahaan yang disukai dengan terus menerus dimasa mendatang sehingga menimbulkan perilaku pembelian pada produk atau diperusahaan yang sama secara terus menerus (Irianti et al. 2016).

D. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dibuat untuk memusatkan penelitian dan mengerucutkan pokok-pokok masalah yang ditemukan peneliti pada identifikasi masalah agar tidak rancu dan tersamar dengan masalah lainnya. Oleh karena itu dalam penyusunan skripsi ini, penulis membatasi permasalahan pada :

- a. Pembatasan masalah pada kualitas pelayanan, bagaimana kualitas pelayanan yang ditetapkan Cafe Semedulur Klaten

- b. Kualitas produk yang diberikan oleh *Cafe Semedulur Klaten* meliputi kualitas rasa
- c. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan apabila pembeli membeli dalam jumlah yang banyak akan mendapatkan potongan.
- d. Loyalitas konsumen yang akan diteliti adalah siklus pembelian dan jenis-jenis loyalitas

E. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan-batasan masalah tersebut maka pokok permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada *Cafe Semedulur Klaten*?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada *Cafe Semedulur Klaten*?
3. Apakah harga berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada *Cafe Semedulur Klaten*?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada *Cafe Semedulur Klaten*?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti. Secara umum bertujuan untuk

menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menguji kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada *Cafe Semedulur Klaten*
2. Untuk menguji pengaruh variasi produk terhadap loyalitas konsumen *Cafe Semedulur Klaten*
3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen *Cafe Semedulur Klaten*
4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, produk, dan harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen *Cafe Semedulur Klaten*

G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan pada *Cafe Semedulur Klaten* antara lain sebagai berikut:

1. Bagi *Cafe Semedulur Klaten*

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan pihak pengelola dalam kualitas pelayanan, pengaruh variasi produk, dan pengelolaan harga terhadap loyalitas konsumen pada *cafe* serta memberikan kontribusi pada pengembangan teori yang berkaitan dengan loyalitas konsumen.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan terutama tentang kegiatan pemasaran.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini digunakan sebagai referensi untuk suatu penelitian dan tambahan pengetahuan serta memberikan masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi peneliti selanjutnya.

H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi tentang tinjauan pengertian kualitas pelayanan, kualitas produk, harga produk dan loyalitas konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi definisi operasional dari kedua variabel, populasi dan sampel yang akan digunakan. Metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan hasil dari penelitian yang dilakukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan masalah penelitian ini.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Cafe Semedulur Klaten maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan sebagai berikut :

$Y = 18,247 + (-0,133)X_1 + 0,257X_2 + 0,392X_3$ menunjukkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif, kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Cafe Semedulur Klaten dengan variabel Harga yang lebih dominan.

2. Dari hasil Uji Korelasi diketahui bahwa terdapat variabel yang berkorelasi dan tidak berkorelasi. Karena r hitung/ person correlation tiap variabel berbeda beda berikut nilai r hitung dari variabel Kualitas Pelayanan sebesar = 0,075 dan nilai signifikansi 0,475 lebih besar dari 0,05 maka bisa diartikan kualitas pelayanan (X1) tidak berkorelasi terhadap loyalitas konsumen (Y). R hitung dari variabel Kualitas Produk sebesar = 0,356 dan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05, maka kualitas produk (X2) memiliki korelasi yang lemah terhadap loyalitas konsumen (Y). r hitung dari variabel Harga sebesar 0,414

nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05, maka harga (X3) memiliki korelasi yang sedang terhadap loyalitas konsumen (Y).

3. Dari hasil Uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara sendiri-sendiri antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Cafe Semedulur Klaten. Karena t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar = (- 1,087) yang kurang dari t tabel, sedangkan t hitung variabel kualitas produk sebesar = 2,226 , variabel Harga sebesar = 3,222 keduanya memiliki T hitung lebih dari T tabel yaitu = 1,984
4. Dari hasil pengujian uji f diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Cafe Semedulur Klaten secara simultan karena nilai F hitung = 8,737 > F tabel = 2,699
5. Dari hasil perhitungan koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap perubahan variabel loyalitas konsumen dan besarnya pengaruh variabel terikat dalam penelitian ini adalah 19% sedangkan sisanya yaitu 81% dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti.
6. Harga memiliki nilai tertinggi pada uji regresi linier, uji korelasi dan uji t maka dapat disimpulkan bahwa harga produklah yang paling berpengaruh terhadap kelayakan konsumen di susul oleh kualitas

produk yang menurut peneliti berpengaruh juga terhadap loyalitas konsumen Cafe Semedulur Klaten.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Cafe Semedulur Klaten, maka peneliti memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Dalam berbisnis harus mempunyai konsep untuk menarik konsumen, sehingga banyak konsumen yang akan datang ke tempat kuliner itu sendiri, dan mengingat bahwa pembeli adalah raja sehingga karyawan sebaiknya harus ramah dan cekatan pada setiap konsumen atau pembeli yang berdatangan sehingga akan terciptanya loyalitas konsumen.
2. Kualitas pelayanan yang ada di cafe semdulur klaten sudah baik. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan para karyawan cafe semedulur lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan bagi para konsumen yang datang berkunjung. Dari segi kualitas produk yang digunakan menurut peneliti sudah cukup memuaskan bagi para konsumen karena cafe semedulur klaten menggunakan bahan makanan dan minuman yang terjamin kualitasnya dan dijamin kehalalannya. Selain itu kualitas rasa makanan dan minuman cukup enak untuk di hidangkan dan berani untuk ditandingkan dengan cafe lainnya. Selanjutnya dari segi harga di cafe semedulur klaten termasuk standar bagi para konsumen yang

datang, para konsumen tidak mengeluh dengan harga yang sudah ditetapkan karena para konsumen mendapatkan timbal balik juga dari cafe semeduler dengan suasana cafe yang nyaman dan kualitas produk yang cafe semeduler jual, itu semua semata-mata untuk meningkatkan dan menjaga loyalitas konsumen agar para konsumen merasa senang dan tidak beralih ke cafe lain.

3. Bagi para peneliti selanjutnya yang akan mengkaji lebih dalam diharapkan untuk menambah variabel dan jumlah responden tentang penelitian yang sama. Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi dan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya.
4. Harga memiliki memiliki peranan yang penting untuk menarik minat para pembeli. Harga yang terjangkau akan tetapi tidak mengubah kualitas produk dan pelayananlah yang dicari para konsumen. Untuk meningkatkan tingkat loyalitas konsumen disarankan untuk mengadakan *gift away*, memberikan *discount* untuk produk yang dijual serta menciptakan inovasi menu-menu baru yang belum dimiliki para pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Aditya. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Soto Kwali Pak Suryo Klaten. *Diss.* Universitas Widya Dharma, 2019.
- Daniel Iman K dan Zainul Arifin. 2015. Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 24 No. 1, Juli 2015.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hana, Fitri Hastuti. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Bauran Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Cv. Gema Nusa. *Diss.* Universitas Widya Dharma, 2017.
- Iriyanti, Emik, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, Universitas Muhammadiyah Jember*. Vol 2.No. 1 Juni 2016.
- Irfan, Muhammad, and Tengku Syarifah. "Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Nada Resto Kisaran Kabupaten Asahan." *Jurnal Sains Ekonomi (JSE)* 2.2 (2021): 57-66.
- Jasfar, Farid. 2017. *Manajemen Barang dan Jasa : Pendekatan Terpadu*. Edisi Keempat, Bogor : Ghalia Indonesia
- Kotler dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management. Pearson Pretice Hall. New Jersey*.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall. 12th edition*. England: Pearson Education, Inc
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lovelock, Christopher H. Dan Wright, Lauren K.. 2002. "*Principles of Service Marketing and Management*". Prentice Hall Inc., Upper Saddle River,

New Jersey Location of Companies To Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 9(6), 38–43. <https://doi.org/10.32479/irmm.8736>

Lie, D., Sudirman, A., Efendi, E., & Butarbutar, M. (2019). *Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer loyalty. International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 412-428.

Putra, Edo Imanda, and Prijati Prijati. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10.1 (2021)

Purwanto, Iwan. 2016. *Manajemen Strategi*. Edisi Pertama, Bandung: Yrama Widya

Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry. 1993. *“Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectation”*. New York: Free Press

Risnawati, H., Sumarga, H. E., & Purwanto, S. 2019. The Effect Of Service Quality Prices And Location Of Companies To Customer Satisfaction Implications On Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 9(6), 38.

Stanton, William J. 1996, *Prinsip Pemasaran*, jilid I (edisi ketujuh). Jakarta, Erlangga

Saptutyningsih, Endah & Esty setyaningrum. 2020. *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat*. Sleman: Gosyen publishing

Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Widodo, T. (2016). *Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta

Xue, J., Rasool, Z., Khan, M. A., Khan, A. I., Khan, F., Khan, A. A., ... & Ali, H. (2021). *The Influence of Substituting Prices, Product Returns, and Service Quality on Repurchase Intention. Complexity*, 2021.