

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN
PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI IQ JALAN URIP
SUMOHARJO YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Sindra Dwi Anjuni

11150025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
2019**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN
PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI IQ JALAN URIP
SUMOHARJO YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Sindra Dwi Anjuni

11150025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
2019**

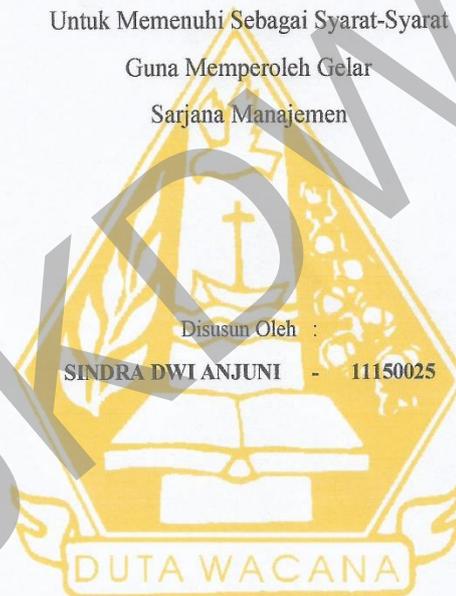
**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN
PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI IQ JALAN URIP
SUMOHARJO YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

SINDRA DWI ANJUNI - 11150025



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA KEDAI IQ JALAN URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

SINDRA DWI ANJUNI

11150025

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan Dinyatakan **DITERIMA** Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Pada Tanggal 16 Januari 2019

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Purwani Retno Andaras, MM
(Ketua Tim/ Dosen Penguji)

2. Dra. Ety Istriani, MM
(Dosen Penguji)

3. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)

Yogyakarta, 23 JAN 2019

Disahkan Oleh :

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Ketua Program Studi,

Drs. Sisnuhadi, MBA, P.h.D

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI IQ JALAN URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA

Yang telah saya kerjakan sebagai syarat untuk melengkapi menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah benar-benar karya saya sendiri. Sejauh pengetahuan saya bahwa tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Saya bersedia dikenai sanksi apabila kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini merupakan hasil dari plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain dengan pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, Januari 2019



Sindra Dwi Anjuni

11150025

HALAMAN MOTTO

“Jangan menyesali yang telah berlalu tapi lihatlah kesempatan didepan mu meskipun itu sangat kecil sekali”

(Sindra Dwi Anjuni)

“Janganlah hendahnya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

(Fillipi 4:6)

“Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksanakan segala rencanamu”

(Amsal 16:3)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai dan memberkati penulis dalam setiap langkah kehidupan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua orang tua, kakak, adik serta semua saudara penulis yang telah mendukung dalam setiap doa dan usaha serta memberikan semangat bagi penulis.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi yang dilakukan oleh penulis.
4. Teman-teman penulis yang selalu setia bersama penulis selama di Yogyakarta : Natalia Wijaya, Emie Rosaline dan Angel Lyka.

KATA PENGANTAR

Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan penyertaanNya dalam hidup penulis dan telah mengasihi dalam masa studi hingga penulis dapat menyelesaikan setiap prosesnya dengan baik serta menyelesaikan skripsi.

Skripsi ini yang dibuat oleh penulis untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Program Sarjana (S1) yang dilaksanakan oleh Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, dengan judul “ Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta”.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dan msukan yang diberikan kepada penulis. Oleh sebab itu penulis sangat berterimakasih kepada :

1. Ibu penulis ibu Penti Suryati, Ayah penulis bapak Harwanto serta saudara-saudara penulis yang lain Kakak penulis Novia Angripembriani, Kak Saldy E.Telupere, Mayla Tri Fenna, dan Brian Vidy Jeconia Telupere atas doa serta kasih sayang yang selalu dicurahkan untuk mendukung penulis.
2. Teman-teman penulis Natalia Wijaya, Emie Rosaline dan Ange Lika yang telah setia menemani penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Dr. Singgih Santoso, MM selaku dosen pembimbing dalam skripsi yang penulis kerjakan.
4. Seluruh dosen di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
5. Semua pihak yang telah terlibat dan selalu mendukung penulis.

Penulis berharap agar ilmu yang didapat selama menempuh studi di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta dapat diterapkan dengan baik. Dan kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat serta berguna bagi pembaca maupun penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, Januari 2019

Sindra Dwi Anjuni

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengajuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Keaslian Skripsi	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Pengertian Harga	8
2.1.3 Pengertian Produk	9
2.1.4 Kualitas Layanan	10
2.1.5 Loyalitas Konsumen	11
2.2 Model Penelitian	12
2.3 Penelitian Terdahulu	13

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Data	16
3.1.1 Jenis dan Sumber Data	16
3.1.2 Populasi Penelitian	16
3.1.3 Lokasi Penelitian	16
3.1.4 Sampel Penelitian	17
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data	17
3.2 Metode Analisis Data	18
3.2.1 Uji Validitas	18
3.2.2 Uji Reliabilitas	18

3.2.3 Uji Statistik F	19
3.2.4 Uji Statistik t.....	20
3.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)	20

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Instrumental Penelitian	22
4.1.1 Analisis Uji Validitas	22
4.1.2 Analisis Uji Reliabilitas	23
4.2 Analisis Deskriptif.....	23
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	24
4.2.2 Usia Responden.....	24
4.2.3 Pekerjaan Responden	25
4.2.4 Pendapatan Responden.....	26
4.2.5 Kunjungan Responden	27
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	27
4.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)	29
4.3.2 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	30
4.3.3 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	31
4.4 Pembahasan.....	33

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 36

5.2 Saran 36

 5.2.1 Bagi Kedai IQ..... 37

 5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya 38

DAFTAR PUSTAKA 39

LAMPIRAN 41

©UKYDWN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	22
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	23
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	24
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	25
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	26
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Pada Kedai IQ Dalam Satu Bulan	27
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linear Berganda	28
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi.....	30
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	30
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	32
Tabel 4.12 Hasil Penelitian	33

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Ijin Melakukan Penelitian.....	42
Kuesioner penelitian.....	44
Jawaban Responden	51
Uji Validitas dan Reliabilitas	53
Uji Karakteristik Responden	56
Uji Regresi	59
Tabl r.....	63
Lampiran Kartu Konsultasi Skripsi.....	65
Lampiran Revisi	66

©UKDWN

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI IQ JALAN URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel persepsi harga, keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang ada pada Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pengujian 100 orang responden sebagai sampel yang pernah berkunjung di Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta dan hasil dari sampel yang didapat diuji menggunakan uji regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden menyatakan bahwa responden perempuan dan laki-laki yang menjadi pelanggan di Kedai IQ memiliki jumlah yang sama dengan usia rata-rata 21 sampai 25 tahun dan mayoritas bekerja sebagai mahasiswa dengan penghasilan per bulan sebesar Rp. 1.000.000 sampai Rp. 1.500.000 dan jumlah kunjungan sebanyak 1 kali dalam satu bulan.

Uji regresi linear berganda mendapat kesimpulan bahwa secara parsial persepsi harga, keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta. Dan harga, keragaman produk serta kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Keragaman Produk, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT VARIETY, AND SERVICE QUALITY TOWARD CUSTOMER'S LOYALTY AT KEDAI IQ URIP SUMOHARJO STREET IN YOGYAKARTA

This research was purposed to find out how price perception, product variety, and quality service influencing customer's loyalty at Kedai IQ Urip Sumoharjo Yogyakarta. This research was using 100 respondents that had been gone to Kedai IQ Urip Sumoharjo Yogyakarta to be sampled and the result from sample could be tested with multiple linear regression analysis.

The result from 100 respondents showed that the customer were student college, women and men 21-25 years old with spending expense Rp 1.000.000 to Rp 1.500.000 per month and visited Kedai IQ once on a month.

The conclusion of multiple linear regression analysis was, partially price perception, product variety, and service quality were significantly influencing customer's loyalty at Kedai IQ Urip Sumoharjo in Yogyakarta.

Word Key : Price Perception, Product Variety, Service Quality, Customer's Loyalty

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI IQ JALAN URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel persepsi harga, keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yang ada pada Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pengujian 100 orang responden sebagai sampel yang pernah berkunjung di Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta dan hasil dari sampel yang didapat diuji menggunakan uji regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden menyatakan bahwa responden perempuan dan laki-laki yang menjadi pelanggan di Kedai IQ memiliki jumlah yang sama dengan usia rata-rata 21 sampai 25 tahun dan mayoritas bekerja sebagai mahasiswa dengan penghasilan per bulan sebesar Rp. 1.000.000 sampai Rp. 1.500.000 dan jumlah kunjungan sebanyak 1 kali dalam satu bulan.

Uji regresi linear berganda mendapat kesimpulan bahwa secara parsial persepsi harga, keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta. Dan harga, keragaman produk serta kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Keragaman Produk, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT VARIETY, AND SERVICE QUALITY TOWARD CUSTOMER'S LOYALTY AT KEDAI IQ URIP SUMOHARJO STREET IN YOGYAKARTA

This research was purposed to find out how price perception, product variety, and quality service influencing customer's loyalty at Kedai IQ Urip Sumoharjo Yogyakarta. This research was using 100 respondents that had been gone to Kedai IQ Urip Sumoharjo Yogyakarta to be sampled and the result from sample could be tested with multiple linear regression analysis.

The result from 100 respondents showed that the customer were student college, women and men 21-25 years old with spending expense Rp 1.000.000 to Rp 1.500.000 per month and visited Kedai IQ once on a month.

The conclusion of multiple linear regression analysis was, partially price perception, product variety, and service quality were significantly influencing customer's loyalty at Kedai IQ Urip Sumoharjo in Yogyakarta.

Word Key : Price Perception, Product Variety, Service Quality, Customer's Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, kehidupan masyarakat di Indonesia semakin konsumtif yang disebabkan adanya fenomena globalisasi. Sikap konsumtif sendiri merupakan perilaku seseorang yang menginginkan sesuatu untuk dikonsumsi secara berlebihan dan tanpa rencana terhadap barang ataupun jasa yang bukan merupakan suatu kebutuhan yang utama.

Salah satu penyebab permasalahan ini adalah pola ekonomi yang tidak sehat masih dijalankan masyarakat. Seperti halnya perubahan konsumsi masyarakat yang semakin meningkat. Perubahan tersebut disebabkan karena adanya dorongan kebutuhan dari dalam diri manusia, sehingga berusaha untuk mendapatkannya.

Dengan perbedaan sikap tersebut sering juga dikenal dengan gaya hidup. Menurut Minor dan Mowen (2002,p.282) gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Adanya gaya hidup yang berlebih dan rasa ingin menunjukkan satu sama lain atau adanya persaingan gaya hidup membuat masyarakat semakin sering menghabiskan waktu bahkan uang mereka untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan diluar kebutuhan pokok. Namun, disisi lain perubahan yang terjadi bisa menyebabkan munculnya ideologi baru yang dikenal dengan konsumerisme. Sikap yang didorong oleh gaya hidup akan menjadi lebih konsumtif. Kegiatan konsumsi tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan. Pergantian zaman yang dinamis

menyebabkan perubahan disegala aspek kehidupan. Perubahan ini memiliki arti penting dalam mempertahankan hidup dan menjaga eksistensi manusia di muka bumi. Walaupun sebenarnya konsumsi juga membantu dalam mendorong ekonomi agar bertumbuh. Namun pola konsumsi yang terbentuk sekarang menjadi gaya hidup yang mendorong perilaku berlebihan di semua kalangan.

Gaya hidup konsumtif semakin terdorong dengan berkembangnya teknologi dan informasi saat ini. Mulai dari makanan, fashion, teknologi, hiburan dan beberapa sektor lainnya. Kemudahanpun semakin ditawarkan dalam memenuhi keinginan konsumsi dengan berkembangnya layanan online shopping, kurir online dan jasa-jasa lainnya yang mempermudah akses konsumsi. Bahkan, sosial media yang sekarang ini berkembang seperti *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook* dan lainnya, menjadi objek untuk *narcissus* atau mengagumi diri dari hal-hal yang digunakan dan kegiatan yang dilakukan. “

Berbagai barang maupun jasa yang kurang diperlukan tersebut dibeli masyarakat dengan salah satu alasan adalah mengikuti kebiasaan (*trend*), kekinian atau agar tidak ketinggalan jaman. Hal ini dilakukan tanpa menyadari banyaknya uang yang telah dikeluarkan.

Salah satu contoh sikap konsumtif tersebut adalah kebiasaan “nongkrong” atau berkumpul bersama disebuah tempat baik itu dengan teman kerja, teman sekolah, maupun keluarga. Yang sering dijadikan tempat nongkrong adalah cafe. Perkembangan cafe saat ini pun sangat pesat sekali dengan banyaknya perubahan yang ditampilkan baik interior yang digunakan, desain tempat, menu yang ditawarkan, dan fasilitas lainnya yang disediakan. Selain itu, semakin

berkembang dan semakin menjamurnya cafe di Yogyakarta juga dipengaruhi dengan kebiasaan (*trend*) minum kopi yang semakin digemari.

Pada tahun 2017, jumlah cafe dan kedai kopi di Yogyakarta telah mencapai 1.200 kedai. Angka ini terhitung sangat tinggi dibanding dengan kota-kota yang berada disekitar Yogyakarta seperti kota Solo yang hanya mencapai 400 kedai dan kota Semarang yang berada disekitar angka 700 kedai.

Diantara 1.200 kedai yang ada di Yogyakarta salah satunya adalah Kedai IQ yang berada di Jalan Urip Sumoharjo No.77 B. Kedai ini beroperasi setiap hari dari pukul 10.00 WIB hingga pukul 02.00 WIB dengan bangunan 3 lantai dan menyediakan tempat duduk dengan kursi maupun lesehan, fasilitas lain yang disediakan adalah adanya jaringan internet yang dapat diakses secara gratis (*Wireless Fidelity/ WI-FI*) dan sering dimanfaatkan oleh para mahasiswa untuk mengerjakan tugas sembari bercengkrama dengan teman.

Selain dari fasilitas yang disediakan oleh Kedai IQ, konsumen dapat menikmati menu-menu yang sangat beragam mulai dari camilan, makanan dari masakan Indonesia hingga *western* dan juga berbagai minuman dengan berbagai pilihan rasa, panas maupun dingin bahkan ukuran yang ditawarkan mulai dari 300ml, 500ml hingga 1000ml.

Pelayanan yang diberikanpun baik, dimana konsumen tidak harus mondar-mandir untuk pergi memesan makanan maupun membayar seluruh menu yang telah dipesan, melainkan pelayan akan menghampiri untuk menyerahkan buku menu, mencatat pesanan yang kita inginkan, bahkan mengantarkan tagihan dari menu yang telah kita pesan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka dilakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA KEDAI IQ JALAN URIP SUMOHARJO YOGYAKARTA “.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi harga mempengaruhi loyalitas konsumen pada Kedai IQ ?
2. Apakah keragaman produk mempengaruhi loyalitas konsumen pada Kedai IQ ?
3. Apakah kualitas layanan mempengaruhi loyalitas konsumen pada Kedai IQ ?

1.3 Batasan Penelitian

Adapun batasan masalah dalam penelitian agar cakupan masalah tidak terlalu luas adalah sebagai berikut :

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di kota Yogyakarta selama bulan November hingga Januari 2019.

2. Responden

Responden penelitian adalah 100 orang yang pernah berkunjung pada Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta.

3. Profil Responden

Profil responden penelitian menjabarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, jumlah pendapatan perbulan dan frekuensi kunjungan pada Kedai IQ selama satu bulan, untuk mewakili populasi dari karakteristik responden.

4. Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian yang ada adalah sebagai berikut :

Variabel Independen :

1. Persepsi Harga (X1), yaitu harga produk yang ditawarkan oleh Kedai IQ seperti kesesuaian dengan produk yang ditawarkan, terjangkau oleh pendapatan, harga yang kompetitif.
2. Keragaman Produk (X2), yaitu bagaimana keragaman produk yang ditawarkan oleh Kedai IQ sangat beragam, kelengkapan produk, sesuai dengan selera.
3. Kualitas Layanan (X3), yaitu pelayanan yang dilakukan pada Kedai IQ yang meliputi, proses pemesanan hingga pembayaran, kecepatan dan ketanggapan pelayan, sikap sopan dan ramah pelayan, tanggung jawab atas kesalahan yang terjadi, serta fasilitas yang memadai.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Untuk menganalisis dan meneliti apakah persepsi harga mempengaruhi loyalitas konsumen pada Kedai IQ.
2. Untuk menganalisis dan meneliti apakah keragaman produk mempengaruhi loyalitas konsumen pada Kedai IQ.

3. Untuk menganalisis dan meneliti apakah kualitas layanan mempengaruhi loyalitas konsumen pada Kedai IQ.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Peneliti

Manfaat yang diharapkan terhadap peneliti bahwa hasil penelitian dan analisis yang dilakukan dapat mengetahui dan membuktikan bahwa persepsi harga, keragaman produk, dan kualitas layanan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Dan hasil dari penelitian yang didapat diharapkan dapat diterapkan pada usaha-usaha lainnya.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Manfaat yang diharapkan terhadap perusahaan bahwa hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti dapat membantu mengembangkan dan mengevaluasi usaha yang dijalankan baik dari segi persepsi harga, keragaman produk, dan kualitas layanan yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terlebih untuk meningkatkan usaha yang telah dijalankan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi harga, keragaman produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada Kedai IQ jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta. Perusahaan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah Kedai IQ. Pengujian dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden konsumen Kedai IQ, dengan kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Dari jumlah 100 responden, sebesar 50% atau 50 responden berjenis kelamin laki-laki dan 50 responden berjenis kelamin perempuan. Mayoritas adalah usia 21 sampai 25 sebesar 72% atau 72 responden. Rata-rata responden bekerja sebagai mahasiswa sebesar 84% atau 84. Responden memiliki penghasilan rata-rata perbulan sebesar Rp.1.000.000 sampai Rp. 1.500.000 sejumlah 47% atau 47 responden. Sebanyak 47% atau 47 responden berkunjung ke Kedai IQ sebanyak 1 kali dalam satu bulan.
2. Analisis Regresi Linear Berganda yang dilakukan menunjukkan bahwa variable persepsi harga, keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas konsumen pada Kedai IQ.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan dan diperoleh, adapun saran-saran yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Kedai IQ

Berdasarkan hasil dari uji linear berganda yang dilakukan dalam penelitian, adapun saran yang diberikan adalah :

- a. Persepsi Harga (X_1) = 0.413 menunjukkan bahwa angka tersebut bernilai positif. Artinya jika harga produk pada Kedai IQ semakin baik, maka loyalitas konsumen pada Kedai IQ semakin meningkat. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta sehingga harga yang baik dan kompetitif dapat meningkatkan loyalitas konsumen untuk kembali lagi pada Kedai IQ Jalan Urip Sumoharjo Yogyakarta.
- b. Keragaman produk (X_2) = 0.337 menunjukkan bahwa angka tersebut bernilai positif. Artinya jika keragaman produk pada Kedai IQ semakin baik, maka loyalitas konsumen pada Kedai IQ semakin meningkat. Keragaman produk yang dimiliki oleh Kedai IQ sudah baik dan harus terus dipertahankan untuk selalu tersedia bahkan untuk ditingkatkan. Karena dengan keragaman produk yang baik akan membuat loyalitas konsumen pada Kedai IQ semakin meningkat.
- c. Kualitas pelayanan (X_3) = 0.299 menunjukkan bahwa angka tersebut bernilai positif. Artinya jika keragaman produk pada Kedai IQ semakin baik, maka loyalitas konsumen pada Kedai IQ semakin meningkat. Dengan demikian Kedai IQ harus mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki agar loyalitas konsumen akan semakin baik dan meningkat.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat memiliki variabel yang sangat berkaitan dengan kondisi terbaru dari Kedai IQ.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Syaifuddin.2008.*Reliabilitas dan Validitas*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daungu, F.U.K. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas konsumen Di Warung Internet Chanet*. (Undergraduate thesis, Duta Wacana Christian University, 2011). Retrieved from <http://sinta.ukdw.ac.id>
- Djarwanto.1998. *Statistik Sosial Ekonomi, Bagian Pertama, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga*.Yogyakarta:BPFE.
- Ghozali, Imam.2005.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (edisi ketiga)*.Semarang:Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill.2010.*Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga.
- H.M., Jogyanto. (2004), *Metodologi Penelitian bisnis: salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Hair,J.F.,et al.2007.*Multivariate Data Analysis*.6th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kahuripan, D. (2008). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas konsumen Di Shooter Billiard & Lounge*. (Undergraduate thesis, Duta Wacana Christian University, 2008). Retrieved from <http://sinta.ukdw.ac.id>
- Kotler, Philip dan Keller.2009.*Marketing Management*,Penerjemah Bob Sabran,Edisi Ketiga Belas. Jakarta:Erlangga

- Kotler, Philip., Armstrong.2008.*Principles of Marketing*, Penerjemah Bob Sabran.Edisi ke tigabelas.Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary.1997.*Dasar-Dasar Pemasaran*.Edisi ketujuh.Jilid 1,dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta:Prenhallindo.
- Kotler, Philip.2002.*Manajemen Pemasaran (terjemahan)*.Edisi Millenium, jilid 1.PT. Prenhallindo.Jakarta.
- Kuncoro.2003.*Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*.Jakarta:Erlangga.
- Mowen, J. C & m. Minor.2002.*Perilaku Konsumen. Jilid 2 edisi kelima*. Terjemahan dari Consumer Behavior, 5th ed, oleh Dr. Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Pongoh, N. (2017). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai oak Yogyakarta*. (Undergraduate thesis, Duta Wacana Christian University, 2017). Retrieved from <http://sinta.ukdw.ac.id>
- Simamora, Bilson.2004.*Panduan Riset Perilaku Konsumen, Cetakan Kedua*.Jakarta:PT Garamedia Pustaka Utama.
- Sudaryono.2006.*Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Teguh S.Pambudi.2003. *Kepuasan, Performa dan Para Loyalis*. SWA 19/XIX/18