

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CAFFE *MEDPRESSO***

CAFFE JL CEMPAKA PUTIH

YOGYAKARTA



SKRIPSI

Disusun Oleh:

BASILIA JUVENTIA

NIM: 11150089

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS

KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CAFFE *MEDPRESSO***

CAFFE JL CEMPAKA PUTIH YOGYAKARTA

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



Oleh:

BASILIA JUVENTIA - 11150089

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CAFFE
MEDPRESSO CAFFE JL CEMPAKA PUTIH YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh

BASILIA JUVENTIA

11150089

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Dura Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal

07 JAN 2020

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Ketua Tim Penguji)
2. Dra. Ety Istriani, MM
(Dosen Penguji)
3. Drs. Singgih Santoso, MM
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Yogyakarta ... 07 JAN 2020

Disahkan oleh:

Dekan

Wakil Dekan 1 Manajemen



(Dr. Perminas Pangeran, M.Si)

DUTA WACANA

(Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CAFFE MEDPRESSO
CAFFE JL CEMPAKA PUTIH YOGYAKARTA**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 03 Desember 2020



Basilia Juventia (11150089)

HALAMAN MOTTO

(YOSUA 1:9)

*“Bukankah telah Kuperintahkan kepadamu: kuatkan dan teguhkanlah hatimu?
Janganlah kecut dan tawar hati, sebab TUHAN, Allahmu, menyertai engkau, ke
mana pun engkau pergi”*

(ULANGAN 31:8)

*“Sebab TUHAN, Dia sendiri akan berjalan di depanmu, Dia sendiri akan
menyertai engkau, Dia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan
meninggalkan engkau; janganlah takut dan janganlah patah hati.”*

(YESAYA 43:2)

*“Apabila engkau menyeberang melalui air, Aku akan menyertai engkau, atau
melalui sungai- sungai, engkau tidak akan dihanyutkan; apabila engkau berjalan
melalui api, engkau tidak akan dihanguskan, dan nyala api tidak akan membakar
engkau.”*

ALBERT EINSTEIN

“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak. “

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat, akal budi, semangat dan kesehatan sehingga penulis bisa menulis laporan skripsi dan bisa selesai tepat pada waktunya.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku Wakil Dekan Bid.Akademik Manajemen.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Edhy Nugroho sebagai dosen yang telah membantu dan memberikan waktu nya untuk mengajari penulis dalam mengolah data sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.
5. Kedua orang tua Bpk Apolonius Amon dan Mama Simoniawati Lilis yang telah mendidik, mendoakan, menasehati dan telah bekerja keras dalam memenuhi semua kebutuhan penulis selama penulis menjalani study di Yogyakarta hingga selesai.
6. Adik- adik ku Hendrikus dan Willhelmia Saskia yang selalu mensupport penulis, dan telah menjadi penyemangat bagi penulis.
7. Yang terkasih Reino Aji yang selalu memberikan dukungan baik suka maupun duka, yang selalu memberi semangat ketika penulis merasa ingin menyerah. Terimakasih untuk canda, tawa, dan cinta yang diberikan selama ini.

8. Seluruh sahabat, Kiki Monika, Nova Valentina, Oktaviani Karunia Putri, Lidwina Silvia, Dimas Ali Reza, Ucok, dan kak Laura selalu menyemangati dan memberi canda tawa hingga sampai sekarang dan selalu ada saat penulis butuhkan.
9. Semua teman-teman dan kenalan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan pimpinan- Nya sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Medpresso Café Jl. Cempaka Putih, Yogyakarta” yang disusun sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan program Sarjana Manajemen (S1) jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan laporan. Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis mengalami banyak hambatan setiap hari, dimana penulis harus membagi waktu dengan kegiatan yang lain serta target yang harus diselesaikan dalam penyusunan skripsi ini. Hambatan-hambatan dapat di lalui penulis dengan dukungan orang tua yang selalu memberikan motivasi, semangat dan doa. Penulis mengucapkan syukur bisa melewati semua hambatan-hambatan ini atas berkat, kekuatan dan pengharapan yang penulis dapatkan dari Tuhan Yesus Kristus. Hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

© UKDW

Yogyakarta, 03 Desember 2019



Penulis

Basilia Juventia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7

2.1.1 Manajemen pemasaran	7
2.1.2 Pelayanan.....	8
2.1.3Kepuasan Pelayanan Pelanggan.....	12
2.1.4 Komponen Kepuasan Konsumen	14
2.1.5 Ciri- ciri Konsumen yang Puas	15
2.1.6 Elemen Kepuasan Konsumen	16
2.1.7 Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidak Puas Konsumen.....	17
2.1.8 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.9 Loyalitas Konsumen.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Penelitian.....	25
2.4. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Data Penelitian	27
3.1.1 Data Primer.....	27
3.1.2 Data Sekunder	27
3.2 Pengumpulan Data.....	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	28
3.3. Definisi Variabel dan Pengukuranya	29

3.3.1	Devinisi Operasional Variabel.....	29
3.3.2	Pengukuran Variabel	30
3.4.	Metode Analisis Data.....	31
3.4.1	Uji Validitas	31
3.4.2	Uji Reliabilitas	32
3.5.	Analisis Deskriptif.....	33
3.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.5.2	Koefisien Determinasi	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN	37
4.1.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
4.1.1	Uji Validitas	37
4.1.2	Uji Realibilitas	39
4.2.	Analisis Deskriptif	40
4.2.1	Analisis Profil Responden	40
4.2.2	Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.2.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.2.4	Analisis Uji Simultan (Uji F)	48
4.2.5	Analisis Uji Parsial (Uji t)	50
4.3.	Analisis Hasil Penelitian	52

4.3.1 Variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
4.3.2 Variabel Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas.....	53
BAB V PENUTUP.....	54
5.1. Kesimpulan	54
5.1.1 Profil Responden	54
5.1.2 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan.....	55
5.2 Keterbatasan Penelitian	55
5.3 Saran.....	56
5.3.1 Saran Bagi Perusahaan.....	56
5.3.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel	30
Tabel 4.1 Uji Validitas	38
Tabel 4.2 Uji Realibilitas	39
Tabel 4.3 Gender	40
Tabel 4.4 Usia	41
Tabel 4.5 Pekerjaan	42
Tabel 4.6 Pengeluaran.....	43
Tabel 4.7 Intensitas.....	44
Tabel 4.8 Lokasi	45
Tabel 4.9 Linier Berganda	46
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R^2)	47
Tabel 4.11 Uji F	48
Tabel 4.12 Uji t	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	25
--------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	60
Rekap Data Profil Responden	64
Rekap Data Pernyataan Responden	66
Tabel r	69
Hasil Uji Profil Responden	70
Hasil Uji Validitas	71
Hasil Uji Realibilitas	72
Hasil Uji t	72
Hasil Uji F	72
Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang setia akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk - produk lain buatan produsen yang sama. Dan pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia kepada produsen atau produsen tertentu untuk selamanya.

Dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan harus mendapat prioritas yang lebih besar dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan murni dan terus-menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku dipasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh

laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Kepercayaan dan Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas karena itulah, pelanggan yang merasa percaya dan puas dengan pengalamannya terhadap pelayanan yang diberikan suatu tempat cenderung akan memiliki loyalitas dan menganggap kafe tersebut sebagai referensi utamanya. Implikasinya, baik buruknya kualitas jasa bergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Manfaat dari kualitas pelayanan tidak hanya dirasakan oleh pelanggan tetapi juga bermanfaat bagi karyawan dan perusahaan yang bersangkutan. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Di samping itu akan memberikan ciri positif bagi perusahaan sehingga karyawan akan lebih percaya diri dan semangat dalam melayani pelanggan.

Proses metamorfosis dunia bisnis menuju kedewasaan bisnis menjadikan suatu alasan banyaknya perkembangan bisnis yang semakin ketat dan saling berkompetisi untuk memposisikan perusahaannya tetap menjadi terkuat dalam pasar bisnis di dunia. Bisnis yang banyak di geluti adalah usaha yang berkaitan dengan makanan, minuman, dan fasilitas yang disediakan. Banyak sekali usaha usaha di bidang makanan atau kuliner yang menyajikan segala bentuk fasilitas di dalamnya. Seperti halnya usaha kafe dan Restaurant yang bertebaran. Banyaknya kafe yang menyediakan berbagai cita rasa yang unik dan fasilitas yang beragam didalamnya membuat para konsumen tertarik untuk mencoba.

Caffe sendiri dalam KBBI memiliki arti tempat minum kopi yang pengunjunnya dihibur dengan musik; tempat minum yang pengunjunnya dapat

memesan minuman, seperti kopi, teh, dan kue-kue; kedai kopi. Banyak *caffe* yang tersebar di setiap daerah, *caffe-caffe* tersebut juga memiliki keunikan tersendiri untuk mendapatkan pelanggan. *Caffe* dalam menarik pelanggan umumnya akan menyuguhkan sesuatu yang berbeda, seperti konsep tempat maupun inovasi produknya. Salah satunya *caffe* yang mengusung tema *speciality coffee* dimana *caffe* akan berfokus pada bahan dasar kopi. Tersedia pilihan kopi dari berbagai daerah dan mengutamakan cita rasa kopi yang khas yang biasa disebut kedai kopi atau bahasa modernnya yaitu *Coffee shop*. *Coffee shop* sendiri mulai menjamur di Indonesia karena meningkatnya pamor kopi, bertambahnya penikmat kopi dan kesadaran masyarakat untuk berelaksasi sambil menyeruput kopi namun dengan suasana yang berbeda.

Berdasarkan data BPS, tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 diproyeksikan meningkat sebesar 1,79 kg/kapita/tahun. Peningkatan jumlah konsumsi kopi dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan meminum kopi sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat peluang untuk para pelaku bisnis *food services* untuk mengembangkan usaha kedai kopi atau *coffee shop*. Pada tahun 2011, nilai pertumbuhan *coffee shop* di Indonesia merupakan yang terbesar, yaitu melebihi 15% (Euromonitor 2012). *Starbucks* dan *The Coffee Bean & Tea Leaf* yang merupakan merk *coffee shop* internasional menempati posisi pertama dan ketiga, sedangkan pada posisi kedua ditempati oleh *Excelso Café* yang merupakan merk *coffee shop* lokal. Merek *coffee shop* lokal yang tidak kalah bersaing dengan merek internasional di Indonesia tersebut telah menyebabkan tren pertumbuhan *coffee shop* di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Jumlah *coffee shop* di

Indonesia diproyeksikan mengalami peningkatan dari tahun 2011 sampai 2016 sebesar 189 unit untuk *coffee shop franchise* dan 40 unit untuk *coffee shop* independen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Medpresso Caffe Jl. Cempaka Putih Di Yogyakarta”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Medpresso Caffe Jl. Cempaka Putih di Yogyakarta?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Medpresso Caffe Jl. Cempaka Putih di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah :

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Medpresso Cafe jl Cempaka Putih di Yogyakarta.
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Medpresso Cafe jl Cempaka Putih di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

A. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini sebagai suatu pengetahuan dan pengalaman serta sekaligus pengaplikasian pengetahuan yang diperoleh selama masa kuliah.

B. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini sebagai sarana untuk menerapkan disiplin ilmu, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

C. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Medpresso Cafe Jl. Cempaka Putih Yogyakarta sebagai sumber informasi yang berguna bagi Perusahaan dan dapat menjadikannya sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan perusahaan yang lebih baik.

D. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan bahan pertimbangan kepada konsumen dalam memilih untuk berbelanja di Medpresso Cafe Jl. Cempaka Putih Yogyakarta.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum maka penulis memberikan batasan penelitian sebagai berikut :

- a. Penelitian dilakukan di Yogyakarta.
- b. Penelitian dilakukan kepada konsumen yang berbelanja lebih dari 2 kali di Medpresso Cafe Jl. Cempaka Putih di Yogyakarta.
- c. Variable yang diteliti yaitu :

1. Variable dependen : Loyalitas Pelanggan

Loyalitas diukur dari pembelian ulang, seberapa sering pelanggan berbelanja di Medpresso Cafe Jl. Cempaka Putih di Yogyakarta dan merekomendasi orang lain untuk bersantai.

2. Variable independen :

- a. Kualitas pelayanan

Jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

- b. Kepuasan pelanggan

Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah diatas dapat disimpulkan beberapa hal, sebagai berikut:

5.1.1 Profil Responden

1. Berdasarkan gender, dapat disimpulkan bahwa responden yang berkunjung ke Medpresso Café Jl cempaka putih Yogyakarta sama rata laki-laki 50 orang responden dengan jumlah prosentase 50% dan perempuan 50 orang responden dengan jumlah prosentase 50%.
2. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung ke Medpresso Café Jl cempaka putih Yogyakarta adalah sebagian besar yang berusia 20-25 tahun yaitu sebanyak 97 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 97%.
3. Berdasarkan pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung ke Medpresso Café Jl cempaka putih Yogyakarta adalah sebagian besar sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 95 orang responden dengan jumlah prosentase sebesar 95%.
4. Berdasarkan pengeluaran, dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung ke Medpresso Café Jl cempaka putih

Yogyakarta adalah sebagian besar yang pengeluarannya Rp 2.000.000-2.500.000 yaitu sebanyak 98 orang dengan responden dengan jumlah prosentase sebesar 98%.

5. Berdasarkan intensitas, dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berkunjung di Medpresso Café Jl. Cempaka putih Yogyakarta adalah sebagian besar 1-2 kali yaitu sebanyak 94 orang dengan responden dengan jumlah prosentase 94%.
6. Berdasarkan jumlah yang pernah berkunjung ke Medpresso Café Jl cempaka putih Yogyakarta adalah sebagian besar yaitu yang menyatakan yang menarik Lokasinya sebanyak 46 orang responden dengan jumlah porsentase 46%.

5.1.2 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

1. Kualitas produk secara parsial tidak berpegaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Medpresso Café Jl cempaka putih Yogyakarta yaitu tingkat signifikansi $0,036 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Kepuasan secara persial berpegaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Medpresso Café Jl cempaka putih Yogyakarta yaitu tingkat signifikan $0,000 > 0,05$. Hal ini menunjukan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Beberapa keterbatasan tersebut, sebagai berikut :

1. Factor- factor yang memengaruhi Loyalitas pelanggan dalam penelitian hanya terdiri dari 2 variabel, yaitu : Kualitas Pelanggan dan Kepuasan sementara masih banyak factor lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Medpresso Café Jl cempaka Putih Yogyakarta.
2. Sampel dan populasi dalam penelitian ini sangat terbatas dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan responden yaitu sebanyak 100 orang responden dan hanya dilakukan di Yogyakarta.

5.3 Saran

5.3.1 Saran bagi perusahaan

1. Perusahaan Medpresso Café harus lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan contohnya seperti hubungan yang baik dengan semua pelanggan, manajemen keluhan pelanggan yang baik, interaksi dengan pelanggan agar memberikan hasil yang memuaskan bagi pelanggan, sehingga pelanggan akan terus berkunjung ke Medpresso Café Jl cempaka putih Yogyakarta.
2. Perusahaan Medpresso Café harus bias memberikan Kepuasan Yang sesuai dengan Kualitas Pelayanan, sehingga Mepresso Café dapat bersaing dengan Café lain, dan Pelanggan akan terus berminat untuk berkunjung lagi ke Medpresso Café.

5.3.2 Saran bagi penelitian selanjutnya

1. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini terbatas yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yang berhubungan dengan Loyalitas Pelanggan.
2. Wilayah dan skala penelitian pada penelitian selanjutnya dapat diperbesar di diperluas misalnya mencakup Wilayah Jawa tenggan bahkan seluruh Indonesia.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Cochran. (1991). *Teknik Penarikan Sampel*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Cochran. (1991). *Teknik Penarikan Sampel*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Fitzsimmons, J1. A. (2006). *Service Management (Operation, Strategy, Information Technology)*. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi ketiga*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ihalauw, R. P. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- James F. Engel, e. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Keller, K. &. (2007). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, vv Edition*.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen. Edisi revisi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis. Edisi 1*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2001). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. d. (2003). *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta.
- Umar, H. (1997). *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, W. C. (2006). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta.

Sumber lain:

<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/10202/9971>

<http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JEE/article/view/14970>

https://www.academia.edu/35391839/NANDI_EKO_PUTRA

<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JAUJ/article/download/1252/1014/>

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2014-2-01654->

[HM%20Bab2001.pdf](#)

©UKDW