

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA LEGEND COFFEE**

YOGYAKARTA

SKRIPSI



Disusun Oleh :

FERNANDO JUAN MULO

11150059

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FERNANDO JUAN MULO
NIM : 11150059
Program studi : MANAJEMEN
Fakultas : BISNIS
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
LEGEND COFFEE YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 26 Juni 2021

Yang menyatakan



(FERNANDO JUAN MULO)
NIM.11150059

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

FERNANDO JUAN MULO

NIM :11150059

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA LEGEND COFFEE

Telah di ajukan dan dipertahankan oleh :

FERNANDO JUAN MULO

11150059

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pada tanggal 9 April 2021

Dosen Penguji :

1. **Jonathan Herdioko, SE., MM**
(Ketua Tim/Dosen Penguji)
2. **Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl.Secr., MM**
(Dosen Penguji)
3. **Dr. Singgih Santoso, M.M.**
(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 8 Juli 2021

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

DUTA WACANA

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA LEGEND COFFEE 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 kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi, yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 7 Desember 2020



Fernando Juan Mulo(11150059)

MOTTO

”Barangsiapa ingin mutiara, harus berani terjun di lautan yang dalam”.

-Ir. Soekarno-

“Berpikir besar kemudian bertindak”

-Tan Malaka-

“Apapun yang kita ingin orang lain perbuat bagi kita, perbuatlah itu pada orang lain”

-Aristoteles-

“Iman tanpa ilmu bagaikan lentera di tangan bayi. Namun ilmu tanpa iman, bagaikan lentera di tangan pencuri”

-Buya Hamka-

“Dan bergembiralah karena TUHAN; maka Ia akan memberikan kepadamu apa yang diinginkan hatimu”

-Mazmur 37:4-

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

-Filipi 4:6-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Allah Yesus Kristus, karena kebesaran kasih setianya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITASKONSUMEN PADA LEGEND COFFEE YOGYAKARTA“.Dapat selesai dan disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar–besarnya kepada:

1. Yesus Kristus sumber kehidupan dan pertolongan karena kuasanya penulis mampu mengerjakan tugas skripsi ini dengan waktu yang sudah ditentukan meskipun melewati proses yang panjang.
2. Kepada keluarga penulis papa Yotam Mulo dan mama Nermin Matahari terima kasih karena selalu memberikan dukungan doa untuk penulis dengan penuh kasih sayang serta dukungan secara materi dan moril sehingga skripsi ini dapat selesai.
3. Kedua adik kandung penulis Brigreit Mulo dan Fan Koman Mulo terima kasih karena kalian sudah menjadi motivasi supaya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada yang terkasih Irene Hana Hutagalung yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
5. Sahabat dan saudara Kevin Koloba, Sandy Djumoko, Keny Ndapananjardan, Jerry Patabang yang lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih karena kalian yang selalu membantu dalam setiap kondisi susah maupun senang.

6. Anggota dan pengurus organisasi Satu Keluarga Mahasiswa Maluku Utara, Lease sampai Tenggara Jauh (SALAWAKU UKDW) yang selalu memberikan dukungan untuk penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Tapi mudah-mudahan penulis harapkan informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif bagi pembaca.

Yogyakarta, 7 Desember 2020



Fernando Juan Mulo. (11150059)

© UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas penyertaan dan anugerahnya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Legend Coffee Yogyakarta**”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dari Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dalam kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih karena proses pekerjaan Skripsi ini penulis melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang dalam karena sudah membantu Penulis dalam melakukan analisa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan konsumen sebagai penentu loyalitas konsumen.

Penulis berharap agar tulisan ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan berdampak positif kepada pembaca mengenai loyalitas konsumen. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Dr. Perminas Pangeran, M.Si selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
2. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D. Wakil dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
3. Dr. Singgih Santoso, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang banyak meluangkan waktu dan pikiran sekaligus menjadi motivasi dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.

5. Juita Sijabat sebagai Manager Legend Coffee yang telah bersedia memberikan informasi tentang Legend Coffee kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Para pengunjung Legend Coffee yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi responden untuk data penelitian.
7. Kepada keluarga penulis papa Yotam Mulo dan mama Nermin Matahari karena selalu memberikan dukungan melalui doa, semangat dan nasihat untuk penulis dengan penuh kasih sayang serta dukungan secara materi dan moril sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua adik kandung penulis Brigreit Mulo dan Fan Koman Mulo karena kalian sudah menjadi motivasi untuk penulis supaya tetap semangat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada yang terkasih Irene Hana Hutagalung yang selalu memberikan semangat dan doa untuk penulis sehingga skripsi ini bisa selesai tepat pada waktunya.
10. Kawan-kawan seangkatan 2015 Fakultas Bisnis Untuk bantuan, pelajaran dan pengalaman serta cerita hebat selama penulis berada di Yogyakarta. Semangat dan sampai bertemu di lain waktu kawan-kawan.
11. Kepada semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis berharap semoga jasa kebaikan dari semua pihak yang diberikan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini, bisa mendapat balasan yang sama dan bahkan lebih dari apa yang sudah diberikan.

Yogyakarta, 7 Desember 2020



Fernando Juan Mulo(11150059)

DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIANSKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATAPENGANTAR.....	viii
DAFTARISI.....	xi
DAFTARTABEL	xiv
DAFTARGAMBAR	xv
DAFTARLAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI	xvii
BABIPENDAHULUAN.....	1
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 RumusanMasalah	3
1.3 BatasMasalah.....	3
1.4 TujuanPenelitian.....	4
1.5 ManfaatPenelitian.....	4
1.6 BatasanPenelitian	4
BAB IITINJAUANPUSTAKA	6
2.1 Pelayanan	6

2.1.1 Pengertian Pelayanan	6
2.1.2 Kualitas Pelayanan	8
2.2 Persepsi Harga	11
2.1.3 Pengertian harga	11
2.1.4 Peranan harga	13
2.3 Kepuasan Konsumen	14
2.1.5 Pengertian Kepuasan Konsumen	14
2.1.6 Komponen Kepuasan Konsumen	16
2.1.7 Elemen Kepuasan Konsumen	17
2.1.8 Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	18
2.1.9 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	19
2.4. Loyalitas Konsumen	20
2.5. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen	21
2.6. Hubungan Harga dengan Loyalitas konsumen	22
2.7. Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen	23
2.8. Penelitian Terdahulu	25
2.9. Kerangka Pemikiran	26
BAB II METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Data	27
3.1.1 Pengumpulan Data	28
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	29
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	30

3.2.2 Pengukuran Variabel.....	31
3.3 Metode Analisis Data	32
3.2.3 Uji Validitas.....	33
3.2.4 Uji Reabilitas	34
3.2.5 Analisis Deskriptif	35
3.2.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.4 Uji Hipotesis	36
3.2.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.2.8 Hasil Uji F.....	37
3.2.9 Hasil Uji T	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
Analisis data dan Pembahasan.....	39
4.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
4.1.1. Analisis Uji Validitas.....	39
4.1.2. Analisis Uji Reliabilitas.....	45
4.2 Analisis Deskriptif.....	46
4.2.1 Jenis Kelamin.....	46
4.2.2 Pendidikan.....	46
4.2.3 Usia.....	47
4.2.4 Pekerjaan	47
4.2.5 Pendapatan	48
4.2.6 Frekuensi.....	48

4.2.7	Informasi	49
4.3	Pengujian Stastistik	49
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.3.2	Hasil Regresi Linear Berganda	50
4.3.3.	Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.3.4.	Hasil Uji F	52
4.3.5	Hasil Uji T	53
4.4	Pembahasan	56
BAB PENUTUP		59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Keterbatasan Penelitian	61
5.3	Saran Berdasarkan Hasil Penelitian	62
5.4	untuk Legend Coffee Yogyakarta	62
5.5	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Dimensi Keandalan	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Gender	43
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan	44
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Berapa kali	48
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Berkunjung	59
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.11 Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	51
Tabel 4.12 Hasil Uji F	52
Tabel 4.13 Hasil Uji T	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Penelitian	26
--	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2 Data Responden.....	72
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	78
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	81
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 6 Hasil Uji T.....	83
Lampiran 7 Hasil Uji F.....	83
Lampiran 8 Tabel r	84
Lampiran 9 Kartu Konsultasi skripsi.....	85
Lampiran 10 Formulir Revisi Skripsi.....	86

© UKDW

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA LEGEND COFFEE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Legend Coffee di Yogyakarta. Populasinya yaitu para pengunjung Legend Coffee di kota Yogyakarta. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden yang berkunjung di Legend Coffee dengan waktu minimal 2 kali dalam sebulan. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik Purposive sampling dengan metode Non-probability sampling dengan pengukuran variabel menggunakan skalalikert

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif, analisis linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji f, dan uji t yang didahului dengan uji instrument penelitian, yaitu uji validitas, uji realibilitas. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan kesimpulan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan dan persepsi harga, berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu loyalitas konsumen.

Sedangkan variabel bebas kepuasan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen. Karena nilai probabilitas variabel kepuasan konsumen $0,468 > 0,05$ lebih besar dari tingkat signifikansi.

Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen mampu menjelaskan perubahan variabel loyalitas konsumen sebesar 53,1%. Sisanya sebesar 46,9% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti.

Kata kunci : kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen di Legend Coffe

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS CUSTOMER LOYALTY IN LEGEND COFFEE

This study aims to determine the effect of service quality, price perception and customer satisfaction on consumer loyalty at Legend Coffee in Yogyakarta. The population is the visitors to Legend Coffee in the city of Yogyakarta. With a total sample of 100 respondents who visit Legend Coffee at least 2 times a month. The sampling technique used was purposive sampling technique with a non-probability sampling method with variable measurements using a Likertscale

The data collection method used a questionnaire and then analyzed descriptively, multiple linear analysis, the coefficient of determination (R²), the f test, and the t test preceded by the research instrument test, namely the validity test, the reliability test. Based on the results of data analysis, it is concluded that the independent variables of service quality and price perception have a significant effect on the dependent variable, namely consumer loyalty.

While the independent variable customer satisfaction does not significantly influence the dependent variable, namely customer loyalty. Because the probability value of the consumer satisfaction variable $0.468 > 0.05$ is greater than the significance level.

This conclusion is based on the test results of the coefficient of determination (R²) which shows that the independent variables, namely service quality, price perception, and customer satisfaction, are able to explain changes in the consumer loyalty variable by 53.1%. The remaining 46.9% is explained by the variables not examined.

Keywords: service quality, price perception, customer satisfaction, and customer loyalty at Legend Coffe.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sekarang ini dalam dunia bisnis baik bisnis online yang menggunakan digitalisasi maupun bisnis offline banyak sekali tuntutan dari pasar maupun perusahaan untuk supaya meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga supaya kebutuhan konsumen dapat terpenuhi sehingga berdampak positif pada konsumen yaitu loyalitas konsumen. Juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Salah satunya bisnis di dunia kuliner yaitu kafe yang tidak terlepas dari perhatian masyarakat sekarang ini., sehingga dapat dikatakan bahwa kafe tidak hanya menjadi sekedar perhatian, tetapi juga menjadi sebuah bisnis yang menjanjikan untuk sekarang dan masa yang akan datang. Apalagi untuk kalangan mahasiswa yang ada di seluruh Indonesia, kafe menjadi tempat dan bisnis yang sangat diminati karena sebagian orang mengatakan sebuah bisnis yang dibangun sesuai hobi salah satunya yaitu usaha kafe.

Legend Coffeedi Jl. Abu Bakar Ali nomor.24 Kotabaru, Kec.Gondokusuman, Kota Yogyakarta 55224, adalah kafe yang cukup terkenal di kalangan mahasiswa. Sejak berdiri pada tahun 2012 hingga sekarang Legend Coffee sudah sangat berkembang dan dikenal masyarakat khususnya yang berdomisili di Yogyakarta karena, menawarkan minuman kopi dan makanan dengan harga terjangkau sesuai kebutuhan dari konsumen. Tempat yang disediakan sederhana, dengan bangunan klasik yang berada di pinggir jalan tepatnya di jalan menuju stasiun tugu dan jalan menuju kearah jl Malioboro. Fasilitas yang diberikan oleh Legend Coffee juga sangat berbeda dari tempat-tempat kafe yang biasanya karena di Legend Coffee menyediakan selain Wifi dan tempat parkir yang cukup luas, ada juga fasilitas games untuk konsumen, Ticket box yang merupakan kegiatan kerja sama dengan pelanggan yaitu dalam membantu menjualkan tiket event yang akan dilaksanakan oleh EO, mulai Daiei event yang diadakan oleh

kampus hingga event besar lainnya. Live musik yang berupa musik akustik diadakan setiap senin malam yang dimana semua konsumen yang bisa bermain musik dan menyanyi dapat berpartisipasi dan mengisi malam live music dengan cara mendaftarkan diri ke pihak manajemen LegendCoffee. Produk-produk yang ditawarkan oleh Legend Coffee juga sangat beragam mulai dari kopi hingga milkshake dengan harga yang terjangkau sesuai kebutuhan konsumen. Ada juga makanan ringan hingga makanan berat. Legend Coffe juga menawarkan paket seperti birthday party, meeting, gathering dan prewedding.

Menurut Lewis dan Booms (1983) dalam F. Tjiptono dan G. Chandra (2011:180) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dari penjelasan tersebut penulis menyimpulkan faktor utama dalam era globalisasi sekarang ini untuk memenangkan persaingan maka Legend Coffee harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen, merespon permintaan konsumen secara sigap dan cepat untuk menangani masalah atau keluhan dari konsumen. Karena pengaruh kualitas pelayanan sangatlah penting untuk menciptakan loyalitas konsumen bagi perusahaan.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2007:418) kualitas layanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang dari pelanggan terhadap penyampaian layanan dari suatu perusahaan. Menurut Huang (2009:2) kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kesan. Zeithaml, Bitner & Gramler (2009:130) menyatakan “*service quality, the customer's perception of the service component of a product, is also a critical determinant of customer satisfaction*” yang berarti, kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan atas komponen pelayanan sebuah produk, dan juga merupakan penentu yang penting dalam mencapai kepuasan konsumen. Kualitas layanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen Legend Coffee atas pelayanan yang secara nyata mereka terima atau peroleh

dengan pelayanan yang sesungguhnya konsumen inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Dari definisi para ahli ini penulis menarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara atau tindakan dari produsen Legend Coffe yang membuat hati konsumen senang, sehingga konsumen ingin kembali untuk menggunakan jasa produsen atau membeli kembali produk karena konsumen sudah merasa kebutuhan dan keinginannya terpenuhi sehingga berdampak positif yaitu loyalitas konsumen pada Legend Coffe.

Mengapa penulis melakukan penelitian di Legend Coffee ?. mengapa penulis tidak melakukan penelitian di tempat Coffee shop lain ?. alasannya karena Legend Coffe selalu ramai dengan pengunjung dan Legend Coffee mempunyai keunikan tersendiri dibandingkan dengan tempat Coffe shop yang lain. Contohnya Warkop Semesta, Ling-Lung coffee dan tempat Coffe shop yang pernah penulis kunjungi. Harga yang ditawarkan Legend Coffee juga sangat terjangkau sesuai dengan kantong mahasiswa.

Untuk itulah penulis tertarik ingin meneliti dan mengetahui tentang keputusan pembelian konsumen terhadap produk Legend Coffe. Oleh karena itu, penulis mengambil judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Legend Coffee di Yogyakarta.**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan identifikasi latar belakang diatas maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Legend Coffee ?
2. Apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen pada Legend Coffee ?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Legend Coffe ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis memberikan identifikasi batasan masalah agar dalam penulisan ini pembahasan dapat mencapai sasaran yang penulis diharapkan, sesuai hasil penelitian ini. Berdasarkan hasil pra observasi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan konsumen menjadi factor yang diduga mempengaruhi loyalitas konsumen. Karena itu penulis membatasi masalah pada pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Legend Coffee Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Legend Coffe ?
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen Legend Coffee ?
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Legend Coffee ?

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat untuk Penulis
Dapat memberikan masukan dan pengalaman bagi penulis untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen yang ada di Legend Coffe Yogyakarta.
2. Manfaat untuk Perusahaan
Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat bermanfaat dan berdampak positif bagi kafe yang bersangkutan guna memberikan informasi

seberapa pentingnya pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Legend Coffee.

3. Manfaat untuk Akademisi

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori ilmu manajemen pemasaran Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

4. Manfaat untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau wawasan di bidang manajemen marketing dan juga untuk keperluan riset yang akan dilakukan selanjutnya.

1.6 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti oleh penulis tidak terlalu luas, maka penulis melakukan batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian dilakukan di Yogyakarta dan di lingkungan Legend Coffee Yogyakarta.
2. Responden yang dibutuhkan adalah masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta baik pelajar, mahasiswa/I, wiraswasta, pegawai swasta, PNS, TNI dan POLRI
3. konsumen yang sudah pernah berkunjung di Legend Coffee minimal 2 kali dalam sebulan
4. Profil dari Responden yang meliputi jenis kelamin, Pendidikan, usia, kunjungan, informasi, pekerjaan, dan pendapatan.
5. Responden adalah orang yang pernah berkunjung ke Legend Coffee
6. Variable yang digunakan adalah 5 bagian yang terbagi dari Kualitas Pelayanan yang mana variabelnya Reliability, Responsiveness, ditambah persepsi harga, kepuasan konsumen dan Loyalitas konsumen.
7. Jumlah dari responden adalah 100 responden
8. Waktu Penelitian : 15-29 Februari 2020

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Legend Coffee Yogyakarta, yang dimana penulis menggunakan sampel 100 responden yang sudah pernah berkunjung di Legend Coffee Yogyakarta.

Sebelum menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, penulis terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan data yang sudah ada yaitu 30 responden kemudian data berikut 70 responden. Semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan sudah valid, kemudian penulis lanjutkan ke tahap penelitian selanjutnya. Maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Profil Konsumen

- a. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden pria sebanyak 53%.
- b. Berdasarkan pendidikan, dapat disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden S1 dengan persentase 59%.
- c. Berdasarkan usia, responden yang paling banyak adalah usia 18 – 25 tahun.
- d. Berdasarkan pekerjaan responden yang paling banyak adalah Mahasiswa sebesar 65%.
- e. Berdasarkan pendapatan rata-rata responden sebesar = Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000
- f. Berdasarkan frekuensi kunjungan, responden terbanyak adalah 2-3 kali berkunjung
- g. Berdasarkan rekan kunjungan, terbanyak adalah kunjungan bersama teman/komunitas sebanyak 68%

2. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

Secara parsial kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap terhadap loyalitas konsumen di Legend Coffee Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu

variabel kualitas pelayanan sebesar 0.000 dan variabel persepsi harga sebesar 0,000. Sedangkan kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. Karena nilai signifikansi dari variabel kepuasan konsumen lebih besar dari 0,05 yaitu 0,485. Konsumen kurang merasa puas karena pelayanan yang diberikan sering kali kurang baik

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun penelitian ini masih mempunyai keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini hanya di wilayah kota Yogyakarta saja dan memiliki keterbatasan responden yaitu hanya 100 responden yang merupakan konsumen yang sudah pernah berkunjung di Legend Coffee minimal 1-2 kali dalam 1 bulan terakhir.
2. Peneliti melakukan penelitian hanya satu tempat coffe Karena Legend Coffee sendiri belum mempunyai cabang, sehingga hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk menggeneralisasi variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen bagi seluruh industri ceffee.
3. Penelitian ini juga dilakukan jarak jauh melalui google form karena kendalanya masih dalam pandemi virus corona.
4. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen, sedangkan masih banyak variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis memberikan saran mengenai penelitian ini supaya mejadi bahan pertimbangan bagi pihak Legend Coffe Yogyakarta dan peneliti selanjutnya.

5.4 Saran bagi Legend Coffe Yogyakarta

Kualitas pelayanan yang diberikan pihak Legend Coffe Yogyakarta kepada konsumen harus lebih ditingkatkan dan diperbaharui, supaya mampu mempertahankan konsumen, supaya konsumen tetap loyal pada Legend Coffe.

Beberapa cara yang dapat dilakukan Legend Coffe adalah:

- a. Membangun hubungan emosional yang lebih dekat dengan konsumen, supaya mampu mempertahankan konsumen melalui acara/event yang menarik yang diadakan ketika beberapa bulan sekali. contohnya pada saat hari lebaran, natalalan, dan juga memperingati hari-hari besar seperti hari kemerdekaan, hari pahlawan dan lain-lain, untuk memberikan kesan dan pelayanan yang menarik bagi konsumen.
- b. Pelatihan pelayanan kepada setiap bagian staff yang langsung berhubungan dengan konsumen juga harus diperhatikan dan terus menerus, agar Karaoke Masterpiece Yogyakarta tetap mampu bersaing dengan karaoke lainnya.
- c. Manajemen perlu meningkatkan kinerja karena dari hasil penelitian di lapangan beberapa konsumen, mengaku produk yang mereka pesan baik makanan atau minuman prosesnya agak sedikit lama. Karena itu pihak legend coffee harus lebih ktf lagi agar tidak terlalu lama memproses produk yang dipesan sehingga konsumen tidak terlalu lama menunggu hidangan yang sudah dipesan.
- d. Manajemen perlu memperhatikan cita rasa makanan dan minuman yang di olah, karena ada beberapa orang mengatakan bahwa rasa makanan dan minuman yang dihidangkan tidak sesuai dengan kekinian dan kebutuhan konsumen dan juga dengan harga yang ditawarkan.

5.5 Saran bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara online dan offline supaya jumlah responden lebih banyak dan bervariasi.

Juga harus respondennya sudah pernah berkunjung di legend coffe lebih dari 1 kali.

2. Pada penelitian yang akan datang diharapkan peneliti melakukan penelitian terhadap legend coffee meggunakan variabel yang yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,531 yang berarti variabelitas, variabel dependen (loyalitas konsumen Legend Coffee) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas, variabel independent (variabel kualitas pelayanan, presepsi harga dan kepuasan konsumen). Sedangkan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif dan sesuai dengan keadaan sebenarnya dari responden.
4. Peneliti selanjutnya juga harus melakukan penelitin lebih dalam tentang kepuasan konsumen karena dari data yang peneliti dapatkan, yaitu kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ketujuh (edisi revisi). Bandung: Alfabeta.
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol, 5. No. (2), 592-602.
- Durianto, & Darmadi. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi kelima. Semarang (ID). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Perpaduan dan Pengenalan SPSS Bagi Pemula*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Vol, 6. No. (4). 112-120.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Pertama, Bandung: Penerbit Alfabet.
- Ika, W. W., & Wahyono, W., 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Journal Management Analysis*. Vol, 4. No. (1). 10-17.
- Indriyati, L. (2016). Pelayanan Jasa Atas Dimensi Empat Kepuasan Pelanggan Bengkel Yamaha Merauke. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*. Vol, 4. No. (1), 26-30.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto. AB. (2005). *Manajemen Pemasaran*. (Alih bahasa: Benyamin Molan). Jilid 1. Cetakan Kesebelas. PT. Indeks. Jakarta.

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., & Gary A. (1998). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2. Alih bahasa. Alexander Sindoro; penyunting, Benyamin Molan. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., & Kevin L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta.
- Muhammad, R. A. & Sahidillah, N. (2017). Pengaruh store atmosphere pada kepuasan pelanggan, yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Bandung*. Vol, 1. No. (2). 94-97.
- Nugroho, Y. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan. (Studi Pada Pelanggan Members Game Center). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7, No. 4. 71-77.
- Rambat, L. (2004). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Sari, S. W. (2016). *Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Ndalem Ngabean Resto Yogyakarta*. Pendidikan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* . Cetakan ke- 1. Bandung: Alfabeta. Vol, 2 No. (1). 457-464.
- Supriyanto, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Citra Merk dan Pemanfaatan Teknologi, Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Karesidenan Madiun. *Journal Manajemen Administrasi Pemasaran*. Vol, 2 No. (2). 85-94.

- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Umi, F. (2017). Pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang sepatu adidas di Malang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo, Malang) *Jurnal Ilmu Manajemen JIMMU*, Vol. 2, No. 2. 37-43.
- Winardi. (1996). *Aspek-aspek Manajemen Pemasaran*. Cetakan kesatu, Penerbit: Manadar Maju, Bandung.

©UKDW

KUESIONER PENELITIAN

Lampiran 1

A. Identitas Responden:

Jenis Kelamin

- A. Laki-laki
- B. Perempuan

Pendidikan terakhir :

- A. SMA
- B. D3
- C. S1
- D. S2

Usia :

- A. 16-18 tahun
- B. 18 – 25 tahun
- C. 25 – 32 tahun
- D. 32 tahun

Pekerjaan :

- A. Pelajar/Mahasiswa
- B. Wiraswasta
- C. Pegawai Swasta
- D. PNS

Pendapatan per bulan :

- A. Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000
- B. Rp. 1.500.00 – Rp. 2.500.00
- C. Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000
- D. Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000
- E. Rp. 6.000.000

Sudah berapa kali Anda ketempat Legend Coffee dalam sebulan terakhir :

- A. 1-2 kali
- B. 2-3 kali
- C. 5 kali

Dari mana Anda mengetahui tentang Legend Coffee :

- A. Teman/Komunitas
- B. Rekan kerja
- C. Keluarga
- D. Lainnya

BAGIAN II

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (X atau \surd) pada jawaban Anda.

- (SS) Sangat setuju : Skor 5
- (S) Setuju : Skor 4
- (N) Netral : Skor 3
- (TS) Tidak setuju : Skor 2
- (STS) Sangat tidak setuju : Skor 1

Kualitas Pelayanan

No	Kehandalan (Realiability)	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
	Pertanyaan					
1	Karyawan Lagend Coffee Yogyakarta memberikan					

	pelayanan dengan terampil					
2	Pelayanan dari karyawan Lagend Coffee dilakukan dengan ramah					
3	Karyawan Lagend Coffee memberikan pelayanan sesuai harapan dan kebutuhan					
4	Keluhan konsumen langsung ditanggapi Karyawan Lagend Coffee					
	Daya Tanggap (Responsiveness)					
1	Karyawan Lagend Coffee dengan cepat menangani masalah atau keluhan dari konsumen					
2	Karyawan Lagend Coffee memberikan konfirmasi secara cepat jika produk makanan atau coffe habis					
3	Karyawan Lagend Coffee merespon permintaan konsumen secara sigap dan cepat					
4	Karyawan Lagend Coffee mampu berkomunikasi secara baik dan benar dengan konsumen					

Persepsi Harga

NO	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Harga yang ditetapkan Lagend Coffee terjangkau					
2	Lagend Coffee memberikan harga yang bersaing dengan kedai coffe lain					
3	Harga produk di Lagend Coffee sesuai dengan kebutuhan konsumen					

©UKDW

Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Produk kopi yang dijual di Lagend Coffee cukup lengkap					
2	Anda merasa puas akan kualitas pelayanan yang diberikan Lagend Coffee					
3	Anda merasa puas dengan produk makanan yang dijual di Lagend Coffee					
4	Anda puas dengan fasilitas di Lagend Coffee (Wifi, tempat parkir dan lain-lain)					

Loyalitas Konsumen

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Anda merekomendasikan orang lain untuk ke Lagend Coffee					
2	Di waktu yang akan datang Anda akan kembali lagi menikmati coffe di Lagend Coffee					
3	Anda tidak terpengaruh dengan tempat coffe lain selain Lagend Coffee					

LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN

PROPORSI RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

No	Gender	Jumlah	Presentase
1	Pria	53	53,0
2	Wanita	47	47,0
	Jumlah	100	100,0

PROPORSI RESPONDEN BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	SMA	19	19,0
2	D3	11	11,0
3	S1	59	59,0
4	S2	11	11,0
	Jumlah	100	100,0

PROPORSI RESPONDEN BERDASARKAN USIA

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	18 tahun	18	18,0
2	18 – 25 tahun	66	66,0
3	25 – 32 tahun	15	15,0
4	32 tahun	1	1,0
	Jumlah	100	100,0

PROPORSI RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	7	7,0
2	Mahasiswa	65	65,0
3	Wiraswasta	17	17,0

4	Pegawai Swasta	8	8,0
4	PNS	3	3,0
	Jumlah	100	100,0

PROPORSI RESPONDEN BERDASARKAN PENDAPATAN

No	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000	45	45,0
2	Rp. 1.500.00 - Rp. 2.500.00	22	22,0
3	Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000	18	18,0
4	Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000	11	11,0
5	Rp. 6.000.000	4	4,0
	Jumlah	100	100,0

PROPORSI RESPONDEN BERDASARKAN FREKUENSI KUNJUNGAN

No	Frekuensi kunjungan	Jumlah	Presentase
1	1-2 kali	28	28,0
2	2-3 kali	53	53,0
3	5 kali	19	19,0
	Jumlah	100	100,0

PROPORSI RESPONDEN BERDASARKAN REKAN KUNJUNGAN

No	Rekan kunjungan	Jumlah	Presentase
1	Teman/komunitas	68	68,0
2	Rekan kerja	13	13,0

3	Keluarga	18	18,0
4	Lainnya	1	1,0
	Jumlah	100	100,0

©UKDW

LAMPIRAN 3 DATA EXCEL (HASIL KUESIONER)

NO	kp1	kp2	kp3	kp4	kp5	kp6	kp7	kp8	PH1	PH2	PH3	KK1	KK2	KK3	KK4	LK1	LK2	LK3
1	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	3
2	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5
6	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4
7	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2
9	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3
10	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2
11	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3
12	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
13	3	4	3		4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
14	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	4	3	3
15	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3
16	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
17	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
18	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
19	4	5	3	3	5	5	4	3	3	5	4	5	5	4	3	4	4	5
20	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	4	4
21	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
22	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3
23	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	5	4	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
25	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
26	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
27	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
28	4	5	3	4	4	3	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3
29	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3
30	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3

31	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
32	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4
33	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	5	4	5	5	5	4	5	4	2	3	5	4	5	2	5	5	4	2
35	4	5	4	5	5	4	5	4	2	2	4	5	4	5	3	5	3	2
36	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4

©UKDWN

41	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4
42	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	4	5	3	5	3	5	2	3	2	5	5	4	5	2	5	3	2
44	5	4	5	3	4	4	5	3	2	5	3	5	4	5	3	5	3	2
45	5	4	5	2	5	3	5	3	4	2	2	5	4	3	5	5	3	2
46	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
47	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
48	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	5	3	4	3
52	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
53	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4
54	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4
55	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
56	1	2	3	3	5	4	4	5	4	2	5	4	3	5	5	4	3	1
57	4	5	4	5	5	4	3	4	2	2	4	3	3	4	5	5	3	2
58	1	2	4	3	5	2	3	4	3	4	5	2	1	3	5	4	3	5
59	5	5	3	4	2	1	1	3	2	1	5	4	4	5	5	3	3	1
60	4	5	3	5	3	4	3	5	4	2	5	4	3	4	5	4	4	1
61	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
62	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3
63	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
64	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
66	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
67	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
69	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
70	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
72	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	3
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4
74	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4
75	5	4	5	4	3	4	3	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	2
76	4	5	3	3	1	1	3	2	3	4	5	3	4	4	5	4	3	5
77	4	4	5	5	3	4	4	5	5	2	4	4	3	3	5	5	5	1
78	3	3	4	5	2	2	1	1	4	3	5	4	3	2	5	4	3	1
79	3	3	3	2	3	2	2	1	4	4	5	3	3	3	4	3	3	1
80	5	5	3	4	3	3	4	3	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3

81	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	
82	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	
83	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	
84	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	
85	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	
86	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	
87	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	
88	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
93	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
94	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	
95	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	
96	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	
97	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	3	
98	5	5	4	4	4	3	2	4	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	
99	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	
100	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	

LAMPIRAN 4

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Frequency Table

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	53.0	53.0	53.0
	Perempuan	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	19	19.0	19.0	19.0
	Diploma	11	11.0	11.0	30.0
	S1	59	59.0	59.0	89.0
	S2	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 18 Tahun	18	18.0	18.0	18.0
	>18-25 Tahun	66	66.0	66.0	84.0
	>25-32 Tahun	15	15.0	15.0	99.0
	> 32 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	72	72.0	72.0	72.0
	Wiraswasta	17	17.0	17.0	89.0

Pegawai Swasta	8	8.0	8.0	97.0
PNS	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Income

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 500.000-Rp1.500.000	45	45.0	45.0	45.0
	Rp 1.500.000-Rp 2.500.000	22	22.0	22.0	67.0
	Rp 2.500.000-Rp 3.500.000	18	18.0	18.0	85.0
	Rp 3.500.000- Rp 5.000.000	11	11.0	11.0	96.0
	Rp 6.000.000	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 Kali	28	28.0	28.0	28.0
	2-3 Kali	53	53.0	53.0	81.0
	5 Kali	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Teman/Komunitas	68	68.0	68.0	68.0
	Rekan Kerja	13	13.0	13.0	81.0
	Keluarga	18	18.0	18.0	99.0
	Lainnya	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 5
UJI REGRESI LINIER BERGANDA R2

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,738 ^a	,545	,531

a, Predictors: (Constant), KepuasanX3, HargaX2
KualitaspelayananX1

UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	18

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kp1	4.0333	.66868	30
Kp2	4.4000	.49827	30
Kp3	3.6667	.71116	30

Kp4	4.0667	.69149	30
Kp5	4.0000	.69481	30
Kp6	4.2333	.67891	30
Kp7	4.0333	.71840	30
Kp8	4.0000	.64327	30
Ph1	4.2000	.61026	30
Ph2	4.3000	.59596	30
Ph3	4.1667	.69893	30
KK1	4.2667	.69149	30
KK2	4.1333	.68145	30
KK3	4.1000	.66176	30
KK4	3.9667	.92786	30
Lk1	4.2667	.52083	30
Lk2	4.1333	.62881	30
Lk3	3.5333	.81931	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kp1	69.4667	51.706	.441	.900
Kp2	69.1000	52.162	.554	.898
Kp3	69.8333	48.489	.747	.891
Kp4	69.4333	49.633	.645	.894
Kp5	69.5000	49.224	.686	.893
Kp6	69.2667	52.616	.337	.903
Kp7	69.4667	48.671	.719	.892
Kp8	69.5000	51.224	.517	.898
Ph1	69.3000	52.838	.359	.902
Ph2	69.2000	51.890	.484	.899
Ph3	69.3333	50.575	.536	.897
KK1	69.2333	48.668	.752	.891
KK2	69.3667	50.999	.507	.898
KK3	69.4000	50.938	.532	.898
KK4	69.5333	47.292	.646	.894
Lk1	69.2333	52.185	.524	.898

Lk2	69.3667	51.206	.533	.897
Lk3	69.9667	50.378	.460	.901

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
73.5000	56.397	7.50976	18

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Lk	11.5700	1.60966	100
Kp	31.5700	3.69344	100
Ph	12.3400	1.71870	100
Kk	16.0300	1.74341	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kk, Ph, Kp ^b		Enter

a. Dependent Variable: Lk

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.738 ^a	.545	.531	1.10284	1.905

a. Predictors: (Constant), Kk, Ph, Kp

b. Dependent Variable: Lk

LAMPIRAN 6 UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.003	1.204		-.002	.998
	KpX1	.157	.038	.360	4.080	.000
	PhX2	.465	.069	.497	6.747	.000
	KkX3	.055	.079	.060	.700	.486

a. Dependent Variable: Lk

LAMPIRAN 7 UJI F

HASIL UJI F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Mean Square	Sig.
Regression	139,750	46,583	,000 ^b
Residual	116,760	1,216	
Total	256,510		

a. Dependent Variable: LoyalitasY

b. Predictors: (Constant), KepuasanX3, PersepsiHargaX2, KualitaspelayananX1

LAMPIRAN 8 TABEL r

tabel r

t (sal)	1%	5%	15%	30%	t (sal)	1%	5%	15%	30%
1	0.985	0.929	0.814	0.649	51	0.215	0.181	0.102	0.102
2	0.801	0.770	0.640	0.486	52	0.213	0.179	0.101	0.101
3	0.775	0.603	0.542	0.404	53	0.211	0.178	0.100	0.100
4	0.695	0.590	0.479	0.353	54	0.209	0.176	0.099	0.099
5	0.634	0.536	0.433	0.317	55	0.207	0.174	0.098	0.098
6	0.586	0.495	0.399	0.290	56	0.205	0.172	0.097	0.097
7	0.548	0.462	0.371	0.270	57	0.202	0.170	0.096	0.096
8	0.516	0.434	0.349	0.253	58	0.200	0.169	0.095	0.095
9	0.489	0.411	0.330	0.237	59	0.198	0.167	0.094	0.094
10	0.465	0.392	0.314	0.227	60	0.195	0.165	0.093	0.093
11	0.445	0.375	0.300	0.216	61	0.195	0.164	0.093	0.093
12	0.427	0.360	0.288	0.207	62	0.194	0.163	0.092	0.092
13	0.411	0.346	0.277	0.199	63	0.193	0.163	0.092	0.092
14	0.397	0.334	0.267	0.192	64	0.192	0.162	0.091	0.091
15	0.384	0.323	0.258	0.186	65	0.191	0.161	0.091	0.091
16	0.373	0.310	0.250	0.180	66	0.190	0.160	0.090	0.090
17	0.362	0.305	0.243	0.175	67	0.189	0.159	0.090	0.090
18	0.352	0.296	0.237	0.170	68	0.188	0.159	0.089	0.089
19	0.343	0.289	0.230	0.165	69	0.187	0.158	0.089	0.089
20	0.335	0.282	0.225	0.161	70	0.187	0.157	0.089	0.089
21	0.327	0.275	0.219	0.157	71	0.186	0.156	0.088	0.088
22	0.320	0.269	0.214	0.154	72	0.185	0.155	0.088	0.088
23	0.313	0.263	0.210	0.150	73	0.184	0.155	0.087	0.087
24	0.307	0.258	0.206	0.147	74	0.183	0.154	0.087	0.087
25	0.301	0.253	0.201	0.144	75	0.182	0.153	0.086	0.086
26	0.295	0.248	0.198	0.141	76	0.181	0.152	0.086	0.086
27	0.290	0.244	0.194	0.139	77	0.180	0.151	0.085	0.085
28	0.285	0.239	0.191	0.136	78	0.179	0.151	0.085	0.085
29	0.280	0.235	0.187	0.134	79	0.178	0.150	0.084	0.084
30	0.275	0.231	0.184	0.132	80	0.177	0.149	0.084	0.084
31	0.271	0.228	0.177	0.130	81	0.176	0.148	0.084	0.084
32	0.266	0.225	0.170	0.128	82	0.175	0.147	0.083	0.083
33	0.264	0.222	0.163	0.127	83	0.174	0.147	0.083	0.083
34	0.261	0.219	0.156	0.125	84	0.173	0.146	0.082	0.082
35	0.257	0.216	0.149	0.123	85	0.172	0.145	0.082	0.082
36	0.253	0.213	0.142	0.121	86	0.171	0.144	0.081	0.081
37	0.250	0.210	0.135	0.119	87	0.170	0.143	0.081	0.081
38	0.246	0.207	0.128	0.118	88	0.169	0.143	0.080	0.080
39	0.243	0.204	0.121	0.116	89	0.168	0.142	0.080	0.080
40	0.239	0.201	0.114	0.114	90	0.168	0.141	0.080	0.080
41	0.237	0.199	0.113	0.113	91	0.167	0.140	0.079	0.079
42	0.235	0.197	0.112	0.112	92	0.166	0.139	0.079	0.079
43	0.233	0.196	0.111	0.111	93	0.165	0.139	0.078	0.078
44	0.230	0.194	0.110	0.110	94	0.164	0.138	0.078	0.078
45	0.228	0.192	0.109	0.109	95	0.163	0.137	0.077	0.077
46	0.226	0.190	0.108	0.108	96	0.162	0.136	0.077	0.077
47	0.224	0.188	0.107	0.107	97	0.161	0.135	0.076	0.076
48	0.222	0.187	0.106	0.106	98	0.160	0.135	0.076	0.076
49	0.220	0.185	0.105	0.105	99	0.159	0.134	0.075	0.075
50	0.218	0.183	0.104	0.104	100	0.158	0.133	0.075	0.075

©UKDW