# PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI CAFE KUNO KINI KOTA KEDIRI

## SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

**OLEH :**
**RIZQY ANA MAHA**
**NPM : 12.1.02.02.0372**

**FAKULTAS EKONOMI (FE)**
**UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA**
**UN PGRI KEDIRI**
**2016**

Skripsi oleh:

**RIZQY ANA MAHA**

NPM: 12.1.02.02.0372

Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI CAFE KUNO KINI KOTA KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal: ……

| Pembimbing I | Pembimbing II |
|---|---|
| **Drs.Ec.Ichsannudin, M.M.** | **Gesty Ernestivita, M.M.** |
| **NIDN. 0723106703** | **NIDN. 0720059101** |

i

Skripsi oleh:

**RIZQY ANA MAHA**

NPM: 12.1.02.02.0372

Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI CAFE KUNO KINI KOTA KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Pada tanggal: 12 Agustus 2016

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Drs.Ec.Ichsannudin, M.M._____
2. Penguji I : Dr. Lilia Pasca R._____
1. Penguji II : Gesty Ernestivita, M.M._____

Mengetahui,

Dekan FE

Dr.Subagyo

NIDN.0717066601

# PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI CAFE KUNO KINI KOTA KEDIRI

Rizqy Ana Maha
12.1.02.02.0372
Ekonomi – Manajemen
rizqyanamaha@gmail.com
Drs.Ec.Ichsannudin, M.M.
dan Gesty Ernestivita, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan yang semakin ketat di bidang kuliner. Terutama bisnis cafe. Setiap hari selalu saja ada orang baru yang terjun kedalam bisnis tersebut. Oleh karena itu, apabila seorang pengusaha ingin bertahan, dia harus memperhatikan dengan benar tentang aspek apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Beberapa aspek yang dimaksud diantaranya adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe kuno kini kota kediri? (2) Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe kuno kini kota kediri? (3) Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe kuno kini kota kediri? (4) Apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe kuno kini kota kediri?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei dan pendekatan kuantitatif deskriptif. Teknik Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, dengan kriterianya adalah konsumen cafe Kuno Kini yang melakukan pembelian berulang dalam waktu 1 bulan yaitu bulan Maret-April 2016 dan ikut berpartisipasi dalam melakukan pemasaran yaitu dengan merekomendasi cafe kuno kini ke orang lain, hal tersebut diketahui setelah wawancara dilakukan. Sampel penelitian ini meliputi 40 pelanggan dan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu statistik yakni SPSS versi 20,0 .

Kesimpulan penelitian ini adalah , didapatkan persaamaan regresi linier berganda sebagai berikut :Y = -8,829 + 0,416 X1 + 0,610 X2 + 0,490 X3 dan hasil perhitungan yang menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 28,571 dengan tingkat signifikansi 0,000, sehingga harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe kuno kini kota kediri. Pada hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa semua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di cafe kuno kini kota kediri. Adapun urutan besarnya pengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel harga sebesar 3,458 , kualitas produk sebesar 5,495 , dan kualitas pelayanan sebesar 4,385.

**Kata kunci** : Harga, Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Loyalitas pelanggan

# I. LATAR BELAKANG

## A. Latar Belakang masalah

Seiring dengan semakin derasnya arus globalisasi, maka semakin tinggi pula daya persaingan di dalam diri masyarakat. Terutama di dalam bidang Ekonomi. Satu sama lain, saling berlomba memperbaiki diri mulai dari pendidikan, penampilan, dan wawasan. Mereka ingin menjadi lebih baik daripada orang lain. Lebih kaya, lebih segalanya. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi pada kalangan atas, tetapi juga di kalangan bawah. Justru orang-orang yang berada di kalangan bawah, merasa sangat termotivasi karena mereka ingin merubah nasib sehingga tidak dipandang rendah lagi oleh orang kalangan atas. Mereka ingin membuktikan, bahwa roda akan selalu berputar. Tidak selamanya orang miskin akan selalu tetap menjadi orang miskin, dan yang kaya selalu menjadi kaya.

Dalam persaingan bidang Ekonomi, kita bisa menyebut bidang kuliner sebagai contohnya. Sekarang ini, banyak bermunculan usaha-usaha yang menarik hati masyarakat untuk terjun dan mengais rezeki ke dalamnya. Mulai dari Usaha Mikro Kecil Menengah, rumah makan, kaki lima dan tak ketinggalan adalah “cafe” . Berbicara tentang cafe, banyak orang termasuk penulisingin memiliki usaha tersebut. Apalagi sekarang cafe adalah sebuat tempat yang sedang memikat hati masyarakat. cafe ini menjadi sebuah pilihan banyak orang untuk berkumpul bersama teman, keluarga maupun kekasih, bahkan selain itu, cafe ini juga bisa dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas bagi anak sekolah dan kuliahserta dapat dijadikan tempat untuk berbisnis bagi para pengusaha dan karyawan. Karena suasana dibuat santai, jadi masyarakat pun merasa nyaman dan rela untuk menghabiskan waktu di tempat tersebut.

Cafe sendiri merupakan suatu tipe restoran yang biasanya menyediakan tempat didalam dan diluar ruangan. Cafe tidak

menyajikan makanan berat namun lebih berfokus pada menu makanan ringan seperti kue, roti, dan sup. Untuk minuman biasanya disajikan teh, kopi, juice, serta susu cokelat. Minuman berakhohol tidak disediakan di cafe (Marsum,2015:84). Dalam mendirikan usaha cafe ini, dibutuhkan suatu keunggulan agar dapat memenangkan tempat dalam persaingan. Keunggulan tersebut bisa dalam bentuk strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan, perusahaan bisa memiliki salah satu keunggulan atau menentukan beberapa keunggulan yang disaingkan. pemberitahuan tentang produk pun juga sangat penting dalam usaha cafe ini. Karena apabila penyampaian kita tepat, dan konsumen merasa puas maka konsumen akan loyal pada perusahaan. Dengan demikian, akan berdapak baik pula bagi perusahan .

Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku (Kotler dan Keller, 2014:175).

Dalam pemasaran, ada beberapa aspek yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Aspek itu antara lain harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Aspek yang pertama adalah melalui aspek harga. Harga merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya (Gitosudarmo,2014:271). Harga bisa dijadikan daya tarik konsumen untuk mengenal suatu produk. Apabila konsumen sudah mencoba kemudian merasa puas, maka harga dapat menjadi pengaruh penting bagi konsumen untuk loyal terhadap perusahaan tersebut.

Aspek kedua adalah aspek kualitas produk. Kompleksitas persaingan industri menyebabkan setiap wirausaha selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya agar menarik minat pelanggan. Kualitas produk yang ditingkatkan harus memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Tjiptono (2014:115) menyatakan bahwa

kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Hubungan kualitas produk dan loyalitas pelanggan adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang ditimbulkan kualitas produk yang kuat dari perusahaan tersebut (Tjiptono,2014:24). Oleh karenanya, Produk yang dijual harus mempunyai kualitas yang tinggi, yang pastinya berbeda dengan yang dimiliki oleh pesaing yang lain. Apabila konsumen merasa kualitas produk di Perusahaan tersebut membuat mereka puas, maka mereka akan loyal kepada Perusahaan tersebut.

Aspek yang ketiga adalah kualitas pelayanan. Di dalam menjalankan usahanya, kualitas pelayanan sangat diperlukan. Shemwell (2014:99)menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu proses kognitif dan evaluatif terhadap suatu obyek. Jadi disini kualitas pelayanan lebih menekankan pada aspek kepuasan pelanggan. Kualitas jasa memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Dan pada akhirnya, kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Dari pemaparan diatas, penulis pun tertarik untuk mengambil usaha ini sebagai Obyek penelitian. Penulis memilih sebuah cafe bernama cafe kuno kini. Alasan penulis memilih cafe ini karena cafe ini berbeda dengan cafe lainnya. Memiliki karakteristik yang unik yang mungkin belum pernah ada bahkan belum pernah terfikirkan oleh orang lain yaitu sederhana namun mempunyai daya tarik. Sehingga karena keunikan tersebut , cafe tersebut diliput oleh televisi nasional (KTV dan Metro TV) dan surat kabar Jawa Pos , yang mungkin belum pernah ada bahkan belum pernah terfikirkan oleh orang lain.

Cafe kuno kini adalah salah satu cafe yang sedang trend di kediri. Banyak orang yang ingin berkunjung kesana. Berawal dari rasa penasaran karena foto-foto pengunjung yang telah di upload ke media sosial seperti facebook, instagram, bbm disertai caption yang menarik hati konsumen dan juga tak dapat dilupakan interior yang memikat.Menjadikan suasana

cafe, seperti pada waktu 80 atau 90 tahunan. Mulai dari meja penyajian yang pastinya berbeda dengan tempat lain, cafe ini memakai meja yang biasa dipakai pada mesin jahit. Dan pada tiap dinding terdapat hiasan yang identik dengan jaman dahulu, yang bisa membuat konsumen kembali bernostalgia pada kenangan lama.

Dari namanya sendiri sudah pasti membuat penasaran para konsumen. Mengapa pemilik usaha tersebut memberi nama itu terhadap usahanya. Ternyata maksud dari nama tersebut adalah penggambaran dari isi cafe tersebut. Cafe ini menyediakan interior yang begitu memukau,yaitu barang-barang yang kuno. Yang mungkin hanya bisa temui pada waktu kita kecil dahulu. Mulai dari banner warkop (Dono,Kasino,Indro), jamu jago, konica film, dan banyak yang lainnya. Hidangan yang disajikan juga tidak kalah menarik, yaitu es lilin yang pastinya sekarang ini sangat sulit sekali untuk kita temui. Sekiranya dengan datang ke tempat ini, kita bisa merasakan bagaimana saat kita kecil dahulu. Wajar saja jika banyak masyarakat dari dalam maupun luar Kota Kediri yang penasaran dan tertarik untuk mengunjungi tempat ini termasuk penulis juga pastinya.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana Harga, Kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di cafe Kuno Kini Kota Kediri . Dengan demikian, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul : **"Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di cafe Kuno Kini Kota Kediri "**.

## B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Sangat banyak usaha cafe di kota kediri
2. Semakin ketatnya persaingan antar pengusaha, terutama di bidang kuliner.
3. Pengusaha berlomba untuk meningkatkan strategi dalam mengembangkan usaha mereka.
4. Trend cafe sangat diminati oleh masyarakat kota kediri.

5. Cafe merupakan tempat yang cocok untuk dijadikan tempat ngobrol dan tempat melakukan bisnis.
6. Banyaknya lokasi yang strategis dan keragaman produk sekarang tidak dapat menjamin konsumen bisa loyal.
7. Kualitas pelayanan cafe sangat bervariasi baik ditinjau dari SDM, fasilitas maupun penyajiannya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
8. Karena banyak persaingan, cafe kuno kini harus mempelajari hal-hal yang dapat membuat cafenya bertahan lama dan tetap menjadi pilihan pelanggan.
9. Kualitas produk sebuah cafe sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
10. Kualitas pelayanan yang baik juga sangat dibutuhkan karena bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan.

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah sebagai berikut :

1. Harga produk terhadap loyalitas pelanggan cafe kuno kini di Kota Kediri.
2. Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan cafe kuno kini di Kota Kediri.
3. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan cafe kuno kini di Kota Kediri.
4. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama sama terhadap loyalitas pelanggan cafe kuno kini di Kota Kediri.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang Masalah maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikanterhadap loyalitas pelanggan ?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas pelanggan?

**E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisa pengaruh signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan .
2. Untuk menganalisa pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk menganalisa pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk menganalisa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**F. Manfaat Penelitian**

Maksud dari mengadakan penelitian yang dilakukan penulis pada cafe kuno kini adalah memperoleh manfaat atau kegunaan antara lain :

1. Manfaat Teoritis
   a. Bagi Penulis
      1) Menambah pengetahuan mengenai masalah yang dihadapi perusahaan dan dapat digunakan sebagai masukan untuk menghadapi persoalan dalam praktek kedepannya .
      2) Sebagai langkah awal bagi penulis untuk mengembangkan dan menerapkan pengetahuan berupa teori yang telah diperoleh dari bangku kuliah selama ini.
      3) Sebagai modal awal apabila ingin membuka usaha yang sama dalam bidang kuliner, seperti contoh yaitu cafe.
   b. Bagi Pihak lain
      1) Sebagai bahan ilmu yang dapat diambil manfaatnya.
      2) Sebagai bahan perbandingan, referensi, ataupun landasan serta bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.
   c. Bagi Perusahaan
      1) Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menyusun strategi pelayanan pada konsumen.
      2) Perusahaan dapat mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas

pelayanan dan produk yang diberikan oleh Perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan kepada pihak perusahaan terkait pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan di cafe Kuno Kini tersebut.

## II. METODE

### A. Variabel Penelitian

#### 1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014:38). Adapun variabel dalam penelitian ini dapat diidentifikasikan sebagai berikut : Variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan. Variabel bebas, yaitu variabel yang tidak terpengaruh oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Harga ($X_1$), kualitas produk ($X_2$), Kualitas Pelayanan($X_3$)

#### 2. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Yang menjadi variabel bebas adalah Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel terikatnya adalah Loyalitas Pelanggan. Penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

a. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas diukur dari pembelian ulang, seberapa sering pelanggan melakukan kunjungan terus, serta merekomendasikan orang lain untuk menggunakan mengunjungi dan membeli produk cafe Kuno Kini (Kotler, 2014:88).

Loyalitas Pelanggan terdiri dari :

1) Keinginan konsumen untuk tetap membeli produk yang disajikan.
2) Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing.

b. Harga ($X_1$)

Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang

ditagihkan untuk pembelian produk cafe Kuno Kini, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk memiliki atau mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh cafe Kuno Kini (Kotler, 20015:125). Harga terdiri dari :

1) Harga yang ditetapkan
2) Harga yang sesuai dengan barang
3) Harga yang mampu dicapai konsumen

c. Kualitas Produk ($X_2$)

Kualitas produk merupakan kemampuan cafe Kuno Kini dalam memberikan jaminan atas produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan (Kotler, 2014:128).

Kualitas Produk terdiri dari :

1) Kesesuaian
2) Keindahan tampilan produk
3) Kualitas yang dirasakan

d. Kualitas Pelayanan ($X_3$)

Kualitas pelayanan adalah evaluasi keseluruhan dari fungsi cafe Kuno Kini yang diterima secara aktual oleh pelanggan dan bagaimana proses layanan cafe Kuno Kini sehingga produk yang ditawarkan dapat dinikmati oleh pelanggan (Laksana. 2015:89)

Kualitas Pelayanan terdiri dari :

1) Respon konsumen terhadap pelayanan
2) Kecepatan dalam menyajikan sajian/hidangan
3) Tempat yang disediakan

**B. Jenis dan Pendekatan penelitian**

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang dipergunakan untuk melakukan penelitian sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2014:120) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun jenis dan pendekatan penelitian adalah sebagai berikut :

**1. Jenis Penelitian**

Menurut Sugiono (2014:110) secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian survei. yaitu mengambil sampel dari satu

populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan yang pokok. Penelitian survei ini menggunakan tipe penelitian deskriptif ,yaitu dalam artian bahwa peneliti ingin memberikan suatu gambaran kenyataan yang sesuai dengan peristiwa atau kejadian di lapangan. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan dan menafsirkan data yang ada melalui pengunpulan, menyusun dan menganalisis data sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan cafe Kuno Kini Kediri.

**2. Pendekatan penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana data-data yang diperoleh akan dihitung dengan menggunakan rumus dan uji dengan analisa statistik.

Kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematik dan di dalam penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan rumus statistik (Arikunto, 2015 :147).

**C. Tempat Dan Waktu Penelitian**

**1. Tempat Penelitian**

Cafe Kuno Kini bertempat di Kecamatan Mojoroto Jalan Veteran No. 9 Kota Kediri.

**2. Waktu Penelitian**

Adapun waktu pelaksanaan proses penelitian ini mulai dari pengajuan judul sampai pengadaan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di cafe Kuno Kini Kediri” memerlukan waktu 4 bulan. Pembagian kuesioner dilakukan selama 1 bulan , Maret-April.

**D. Populasi dan Sampel**

**1. Populasi**

Dari data hasil penelitian penulis, populasinya adalah seluruh pengunjung cafe Kuno Kini yang telah melakukan pembelian berulang produk cafe Kuno Kini tersebut pada bulan Maret-April.

**2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2014:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengukuran sampel merupakan langkah untuk menentukan besarnya sampel yang akan diambil dalam melaksanakan penelitian dalam suatu obyek. Karena jumlah populasi yang finite atau dapat diketahui, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 40 orang. Pengambilan sampel tersebut didasarkan pada pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2014:82) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang.

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode nonprobality sampling . Teknik yang digunakan adalah Sampling purposive. Sampling Purposive merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria sampel tersebut adalah konsumen cafe Kuno Kini yang melakukan pembelian berulang dalam waktu 1 bulan yaitu bulan Maret-April 2016 dan ikut berpartisipasi dalam melakukan pemasaran yaitu dengan merekomendasi cafe kuno kini ke orang lain, hal tersebut diketahui setelah wawancara dilakukan.

**E. Teknik Pengumpulan Data**

1. Membagikan Kuesioner
2. Melakukan Wawancara

**F. Teknik Analisis Data**

**1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu intrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen itu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain instrumen itu dapat mengukur *constrac* sesuai yang diharapkan(IndriantorodanSupomo, 2014:180).

Uji validitas digunakan untuk mengukur keterkaitan dalam variabel secara sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Sedangkan untuk mendapatkan r tabel, dilakukan

dengan tabel distribusi nilai rtabel signifikansi 5 % dan 1 %. Dikarenakan sampel yang diambil disini sebanyak 40 sampel, maka didapatkan r tabel sebesar 0,312.

Rumus yang digunakan adalah Product Moment dari Karl Pearson, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Kemudian hasil dari rxy dikonsultasikan dengan harga kritis product moment (r tabel), apabila hasil yang diperoleh rhitung > r tabel, maka dikategorikan valid. namun, apabila terjadi sebaliknya maka dikatakan tidak valid.

Sedangkan Konsep reabilitas dapat dipahami melalui ide dasar konsep tersebut yaitu konsistensi. Peneliti dapat mengevaluasi instrumen penelitian berdasarkan perspektif dan teknik yang berbeda, tetapi pertanyaan mendasar untuk mengukur reliabilitas data adalah konsistensi data yang dikumpulkan. Pengukuran reliabilitas menggunakan indeks nomerik yang disebut dengan koefisien (Indriantoro danSupono, 2014:181).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Alpha Crombach* dimana suatu alat ukur dikatakan reliable apabila mempunyai nilai alpha > 0,05. Disini pengujian dilakukan dengan program SPSS 20.0. Uji Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk dapat dikatakan reliable jika memiliki nilai Cronbach Alpha > 0.6.

**2. Uji Asumsi Klasik**

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

**a. Uji normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi,variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti

diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test.*Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi >0,05 ( Imam Ghozali, 2014:160-165).

b. **Uji Multikolinieritas**

Menurut Imam Ghozali (2014: 105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

c. **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji *white.* Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2014:139-143).

d. **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji

apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Imam Ghozali, 2014:110)

**3. Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi merupakan salah satu teknik analisis data dalam statistika yang sering kali digunakan untuk mengkaji hubungan antara beberapa variabel dan meramal suatu variabel (Kutner, Nachtsheim dan Neter, 2014:113). Manfaat dari hasil regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen. Pada penelitian ini dikaji analisis regresi linier berganda atau seringdisebut dengan regresi klasik (Gujarati,2015:76).

Regresi linear berganda adalah regresi dimana varibel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga dan seterusnya variabel bebas ( X, $X_1$ , $X_2$ , ..... $X_n$) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear.

Analisis regresi linear berganda yang digunakan adalah untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas produk, kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan pada Cafe Kuno Kini Kediri. Bentuk rumusan persamaan dari model analisa regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + ..... + b_nX_n$$

Dimana:

Y =Variabel dependen (loyalitas Pelanggan)

a = Variabel konstanta

b = Koefiesien regresi dan variabel independent

$X_1$ = *Harga*

$X_2$ = *Kualitas Produk*

**4. Analisis Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis $R^2$ (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan

untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama - sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0 - 1), dan tampilan dalam program SPSS ditunjukan dengan melihat besarnya *adjust R sequare.*

**5. Uji Hipotesis**

**a. Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance) sebagai berikut :

1) Probabilitas signifikansi < 0,05 , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2) Probabilitas signifikansi > 0,05 , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikam masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

**b. Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Tingkat signifikansi menggunakan a = 5 % atau 0,05 (Priyatno,2008:66).

Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig sebagai berikut :

1) Nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
2) Nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersamaa-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

.

## III. HASIL DAN KESIMPULAN

### A. Uji Asumsi Klasik

**1. Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, Hasil kurva *normal* probability *plot* memperlihatkan bahwa titik–titik pada grafik mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan model regresi berdistribusi normal

**1. Uji Multikolinieritas**

Hasil uji multikolinieritas terlihat semua variabel bebas, memiliki nilai VIF lebih besar dari 0,10 dan lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi adanya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas antar variabel bebas / *independent* dalam model.

**2. Uji Autokorelasi**

Berdasarkan hasil uji SPSS, maka dapat merumuskan:

Du < Dw < 4 – dn, nilai Durbin Watson (dw) yang dihasilkan adalah 1,853. Nilai Du = 1,600 sehingga 4 – Du = 4 – 1,600 = 2,400 sesuai dengan persamaan autokorelasi dalam penelitian ini yaitu 1,600< 1,853< 2,400.

**3. Uji Heteroskedastisitas**

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan

### B. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan persaamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$Y = -8,829 + 0,416\ X_1 + 0,610\ X_2 + 0,490\ X_3$

### C. Koefisien Determinasi

Nilai adjusted R Square sebesar 0.680 dan mendekati angka 1, dengan demikian harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan hampir semua variasi dari variabel sehingga model regresi yang digunakan fit atau baik. Berdasarkan dari nilai adjusted R Square dapat diartikan pula harga, kualitas produk dan

kualitas pelayanan mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 68,0%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 32,0%.

**D. Uji Hipotesis**

**1. Uji t**

**a)** Hasil uji t pada variabel harga menghasilkan t hitung sebesar 3,458 dan signifikansi sebesar 0,001. t hitung 3,458 > t tabel yang nilainya 1,686 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05 maka dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **dapat diterima.**

**b)** Hasil uji t pada variabel kualitas produk menghasilkan t hitung sebesar 5,495 dan signifikansi sebesar 0,000. t hitung 5,495 > t tabel yang nilainya 1,686 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **dapat diterima**

c) Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan menghasilkan t hitung sebesar 4,385 dan signifikansi sebesar 0,000. t hitung 4,385 > t tabel yang nilainya 1,686 dengan tingkat signifikansi 0,001< 0,05 maka dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan **dapat diterima.**

**2. Uji F**

Dari hasil uji F menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung}$ sebesar 28,571 dengan tingkat signfikan 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima. Hasil dari pengujian simultan ini adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di cafe kuno kini kota kediri.

**E. Pembahasan**

1. Variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

   Hasil Pengujian terhadap Hipotesis 1 menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan

2. Variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pada penelitian ini t hitung 5,495> t tabel yang nilainya 1,686 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 maka diketahui kualitas produk berpengaruh positif terhadap Variabel Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

3. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

   Pada penelitian ini t hitung 4,385 > t tabel yang nilainya 1,686 dengan tingkat signifikansi 0,000< 0,05 maka diketahui kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. loyalitas pelanggan.

## F. Kesimpulan

Analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebanyak empat hipotesis. Kesimpulan dari keempat hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial, ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan pada cafe Kuno Kini Kota Kediri.
2. Secara parsial, ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada cafe kuno kini Kota Kediri.
3. Secara parsial, ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe kuno kini Kota Kediri.
4. Secara simultan, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe kuno kini Kota Kediri.

## IV. DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin 2013. *Manajemen Pemasaran.* Depok : PT. Raja Grafindo.

Alma, Buchari 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Jakarta : Alfabeta.

Ariani, Dorothea Wahu 2014. *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas.*Yogyakarta : Andi Offset.

Assauri, 2014. *Manajemen Pemasaran.* Depok :PT. Raja Grafindo.

Collin, Jim 2013. *Good to Great.* Tangerang: Karisma Publishing Group.

Gitosudarmo, Indriyo 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE.

Ellys dan Nancy, 2008. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5ASEC Surabaya.* Jurnal Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya.

Griffin, Jill 2014. *Costumer Loyality.* Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta : Erlangga.

Hasanah, Uswatun 2012.*Pengaruh Keragaman Menu, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada waroeng "SS" (Spesial Sambel) Surabaya.* Jurnal Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Surabaya.

Kotler, Philip 2013. *Principles of Marketing.*Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip 2014. *Market your way to growth.*Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip 2015. *Confronting Capitalism.*Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Amstrong 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2014. *Marketing Management.* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Margaretha, 2014. *Manajemen bagi Industri Jasa.* Jakarta : Grasindo.

Nursalam, dan Pariani 2014. *Pendekatan Praktis Metodologi Riset*. Jakarta:Sagung Seto.

Nursintasari, Wasik 2014. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mina Swalayan Grogol Kediri.* Skripsi. Dipublikasikan. Kediri : UN PGRI

Pramana H. Sinaga, Partua 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Warnet Chamber Semarang.* Skripsi. Dipublikasikan. Kediri : UN PGRI

Sutrisni, 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Desain Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*. Skripsi. Dipublikasikan. Kediri : UN PGRI

Tjiptono, Fandy 2014. *Service, quality & Satisfaction.* Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy 2015. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Chandra 2015. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi Offset.

Widjojo Atmodjo, Marsum 2015. *Restoran dan Segala Permasalahannya.* Edisi IV.Yogyakarta : Andi Offset.

Yesenia dan Edward, 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan*.Jurnal Jurusan Departemen Manajemen,

Fakultas Ekonomi – Institut Pertanian Bogor.

Zeithaml, Valarie 2013. *Delivering Quality Service.* Canada: Simon and Schuster.