



**PENGARUH KEWAJARAN HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA SIDJI COFFEE KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

QURATUL AINI

2016-11-207

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2022**

**PENGARUH KEWAJARAN HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA SIDJI COFFEE KUDUS)**

Nama : Quratul Aini
NIM : 201611207
Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, Agustus 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.


Dr. Suprivono, S.E., M.M.

NIDN : 0628048702

NIDN : 0614037104

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II


Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.


Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.

NIDN : 0616077304

NIDN : 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”. Tidak diperkenankan senantiasa memandang diri sebagai orang yang buruk atau penuh kekurangan, setiap manusia mendapat anugrah dari Allah berupa kelebihan dan kelemahan masing-masing. Berfikir negatif terhadap diri sendiri menandakan kurangnya rasa syukur. Maksimalkan kelebihan yang anda punya untuk kebaikan dan jadikan kekurangan sebagai motivasi untuk meningkatkan kualitas diri”

(QS Al Imran : 139).

Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

- Ayah dan Ibunda tercinta yang selalu mendukung baik dari segi moril maupun material.
- Saudara-saudaraku yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
- Teman-temanku yang baik yang selalu mendukung dan memberikan arahan-arahan mengenai alur skripsi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEWAJARAN HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA SIDJI COFFEE KUDUS)”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Prof. Dr. Ir. Darsono, M,Si., selaku rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
- 3) Nurul Rizka Arumsari,. S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Dr. Supriyono, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 5) Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 6) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 7) Kedua orang tua saya tercinta, Bapak dan Ibu serta kakak-kakaku. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, semangat, serta do'a yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 8) Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus,

2022

QURATUL AINI

2016-11-207

**PENGARUH KEWAJARAN HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA SIDJI COFFEE KUDUS)**

**QURATUL AINI
NIM. 2016-11-207**

Pembimbing :

(1) Dr. Supriyono, S.E., M.M.

(2) Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kewajaran harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Sidji Coffee. Penelitian dilakukan secara kuantitatif, data primer diperoleh dengan survei menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Sidji Coffee yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel menjadi peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil terutama nilai menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM). Karena dalam analisis SEM dibutuhkan sampel berkisar 100-200 sampel, maka sampel minimum penelitian ini adalah 120 sampel / responden. Hasil analisis dalam penelitian dengan *metode Structural Equation Modeling* (SEM) sebagai berikut: (1) Kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sidji Coffee. (2) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sidji Coffee. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sidji Coffee. (4) Kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sidji Coffee. (5) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sidji Coffee. (6) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Sidji Coffee. (7) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Sidji Coffee.

Kata Kunci : Kewajaran Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

**THE EFFECT OF PRICE REASONABILITY, FACILITIES, AND QUALITY
OF SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE
(CASE STUDY ON COFFEE SIDJI KUDUS)**

**QURATUL AINI
NIM. 2016-11-207**

Advisor :

- (1) Dr. Supriyono, S.E., M.M.
- (2) Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.

ABSTRACTION

This study aims to analyze the effect of reasonable price, facilities, and service quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable for Sidji Coffee customers. The study was conducted quantitatively, primary data obtained by survey using a questionnaire. The population in this study are customers at Sidji Coffee whose number is not known with certainty. Determination of the number of samples plays an important role in the estimation and interpretation of results, especially using Structural Equation Modeling (SEM) analysis. Because the SEM analysis requires samples ranging from 100-200 samples, the minimum sample for this study is 120 samples/respondent. The results of the analysis in the study using the Structural Equation Modeling (SEM) method are as follows: (1) Price fairness has a positive and significant effect on Sidji Coffee's customer satisfaction. (2) Facilities have a positive and significant effect on Sidji Coffee's customer satisfaction. (3) Service quality has a positive and significant effect on Sidji Coffee's customer satisfaction. (4) Price fairness has a positive and significant effect on Sidji Coffee's customer loyalty. (5) Facilities have a positive and significant effect on customer loyalty Sidji Coffee. (6) Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at Sidji Coffee. (7) Customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty at Sidji Coffee.

Keywords: Reasonableness of Prices, Facilities, Quality of Service, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
<i>ABSTRACTION</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Loyalitas Pelanggan.....	10
2.2. Kepuasan Pelanggan.....	15
2.3. Kewajaran Harga.....	20
2.4. Fasilitas.....	23
2.5. Kualitas Pelayanan.....	25
2.6. Pengaruh Antar Variabel.....	33
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	38
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
2.9. Hipotesis.....	41

	Halaman
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Rencana Penelitian.....	43
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	43
3.3. Jenis Dan Sumber Data.....	46
3.4. Populasi dan Sampel.....	47
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6. Pengolahan Data.....	49
3.7. Uji Instrumen.....	50
3.8. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.2. Penyajian Data.....	62
4.3. Analisis Data.....	78
4.4. Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP.....	102
5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Data Penjualan (Rupiah) di Sidji Coffee Kudus Bulan Januari - Juni 2021	3
Tabel 1.2	Data Pelanggan di Sidji Coffee Kudus Bulan Januari - Juni 2021	4
Tabel 3.1	Skala Likert	49
Tabel 3.1	Uji Goodness of Fit	57
Tabel 4.1	Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2	Prosentase Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3	Prosentase Responden Berdasarkan Pembelian	64
Tabel 4.4	Deskriptif Variabel Kewajaran Harga	64
Tabel 4.5	Deskriptif Variabel Fasilitas	65
Tabel 4.6	Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	66
Tabel 4.7	Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4.8	Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 4.9	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan ...	69
Tabel 4.10	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	70
Tabel 4.11	<i>Regression Weights</i>	71
Tabel 4.12	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan..	72
Tabel 4.13	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan....	73
Tabel 4.14	<i>Regression Weights</i>	74
Tabel 4.15	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Model Sebelum Perbaikan	75
Tabel 4.16	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Model Setelah Perbaikan	76
Tabel 4.17	Uji Validitas	78
Tabel 4.18	Uji <i>Average Variance Extracted</i> variabel penelitian	79
Tabel 4.19	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	79
Tabel 4.20	Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.21	Uji Normalitas	82
Tabel 4.22	Outlier	83
Tabel 4.23	<i>Mahalanobis Distance</i>	84
Tabel 4.24	<i>Standardised Regression Weights</i>	85

	Halaman
Tabel 4.25 <i>Square Multiple Correlation</i>	87
Tabel 4.26 Hasil Estimasi Parameter	88
Tabel 4.27 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian.....	90
Tabel 4.28 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	91
Tabel 4.29 Besar <i>Total Effect</i>	91



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	41
Gambar 4.1 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	68
Gambar 4.2 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	70
Gambar 4.3 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	72
Gambar 4.4 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	73
Gambar 4.5 Full Measurement Model Sebelum Perbaikan	75
Gambar 4.6 Full Measurement Model Setelah Perbaikan	76
Gambar 4.7 <i>Structural Equation Modelling</i>	77

