



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN
MAZIO COFFEE & BISTRO DI PATI)**

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

Oleh :

SEKAR OKTAVIA KURNIAWATI

202011135

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

TAHUN 2025

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
PADA MAZIO COFFEE & BISTRO DI PATI)**

Nama : Sekar Oktavia Kurniawati
NIM : 202011135
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ¹⁷ *februari* 2025
.....

Pembimbing I

Pembimbing II



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801



(Agung Subono, SE., M.Si)
NIDN. 0520017602

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
PADA KONSUMEN MAZIO COFFEE & BISTRO DI PATI)**

Nama : Sekar Oktavia Kurniawati
NIM : 202011135
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, *20 Februari 2025*

Mengetahui
Ketua Program Studi

Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

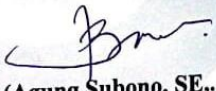

(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304


(Agung Subono, SE., M.Si)
NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

QS. Al-Insyirah : 5-6

Selalu ada harga dalam suatu proses. Nikmatilah rasa lelah-lelah itu. Lebarkan rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu yang kau impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Namun, gelombang-gelombang itulah yang nanti bisa kau ceritakan.

Boy Chandra

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Orang tuaku, terkhusus Ibu Suwati yang telah memberikan cinta dan kasih sayang, doa serta dukungan finansial yang baik.
2. Kakak ku, Tiara Wahyu Kurniawati yang selalu memberikan kasih sayang, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan motivasi.
3. Almamater tercinta Universitas Muria Kudus.
4. Dan yang terakhir, untuk diri saya Sekar Oktavia Kurniawati yang sudah tetap berjuang serta belajar demi masa depan.

KATA PENGANTAR

Segala syukur penulis haturkan atas nikmat dan hidayah dari Allah SWT, sebab berkat ridho-Nya penulis mampu melaksanakan tugas akhir ini dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mazio Coffee & Bistro Di Pati)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Muria Kudus. Penulis sadar tanpa adanya dukungan, bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak, tugas ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa sabar dan dapat meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan terbaik dalam proses penyelesaian skripsi.
5. Agung Subono, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang dapat meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan membimbing proses skripsi dengan teliti, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

6. Seluruh jajaran Dosen pengajar dan Staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Terimakasih atas ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama penulis berkuliah di Universitas Muria Kudus.
7. Seluruh karyawan Mazio Coffee & Bistro di Pati yang telah memberi kesempatan dalam proses penelitian.
8. Orang tua, Ibu Suwati yang telah senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, serta memberikan dukungan finansial.
9. Teman saya, Nabila Himma, Dinda Novelia, Anggi Shelly, dan Krisna Wiguna yang telah menemani, memberikan semangat dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak, sahabat, kerabat dan teman-teman yang telah mendukung serta membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh responden yaitu konsumen Mazio Coffee & Bistro di Pati.

Penulis sadar jika dalam menyusun skripsi ini masih banyak kekurangan sehingga kritik dan saran sangat diperlukan. Harapan penulis, semoga tugas akhir skripsi ini mampu menambah wawasan bagi para pembacanya.

Kudus,

Penulis



Sekar Oktavia Kurniawati

202011135

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN
MAZIO COFFEE & BISTRO DI PATI)**

NAMA : Sekar Oktavia Kurniawati

NIM : 20201135

Pembimbing 1 : Mira Meilia Marka, S.E., M.M

2 : Agung Subono, S.E., M.Si

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di Mazio Coffee & Bistro di Pati yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Jumlah sampel yaitu 100 responden dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan kriteria berumur 17 tahun yang pernah membeli minimal 3 kali. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan analisis data SEM AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : harga, kualitas pelayanan, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen.

**THE INFLUENCE OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON
CONSUMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY ON CONSUMERS OF
MAZIO COFFEE & BISTRO IN PATI)**

NAME : Sekar Oktavia Kurniawati

NIM : 20201135

Advisor 1 : Mira Meilia Marka, S.E., M.M

2 : Agung Subono, S.E., M.Si

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FAKULTY ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM MANAGEMENT
STUDYS**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of price and service quality on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable. The population in this research is consumers who have purchased at Mazio Coffee & Bistro in Pati, the exact number of which is unknown. The number of samples was 100 respondents with a non-Probability sampling technique, namely purposive sampling with the criteria of being 17 years old who had purchased at least 3 times. Data collection for this research used a questionnaire using AMOS SEM data analysis. The results of this research show that price has a positive and significant effect on consumer loyalty, service quality has no effect on consumer loyalty, price has a positive and significant effect on consumer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, consumer satisfaction has no effect on consumer loyalty.

Keyword : price, service quality, consumer loyalty, consumer satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	14
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Perilaku Konsumen	18
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2 Loyalitas Konsumen	19
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	19
2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.....	20
2.1.2.3 Indikator Loyalitas Konsumen.....	21
2.1.3 Kepuasan Konsumen	23
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.....	23
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....	24
2.1.4 Harga.....	26
2.1.4.1 Pengertian Harga	26
2.1.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi harga	26

2.1.4.3 Indikator Harga	27
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.....	29
2.1.5.3 Indikator Kualitas Pelayanan	30
2.2 Pengaruh Antar Variabel	32
2.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	32
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	32
2.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	33
2.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	35
2.3 Penelitian Terdahulu	36
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
2.5 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Rancangan Penelitian	44
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	45
3.2.1 Jenis Variabel.....	45
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1 Jenis Data.....	48
3.3.2 Sumber Data	49
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel	50
3.5 Pengumpulan Data	51
3.5.1 Observasi	51
3.5.2 Kuesioner	51
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	54

3.6.3 Uji Normalitas.....	55
3.6.4 Uji <i>Outliers</i>	55
3.7 Pengolahan Data.....	56
3.7.1 <i>Editing</i>	56
3.7.2 <i>Coding</i>	56
3.7.3 <i>Scoring</i>	56
3.7.4 <i>Tabulating</i>	56
3.8 Analisis Data	57
3.8.1 Analisis Deskriptif	57
3.8.2 Analisis SEM	57
3.8.3 Uji Hipotesis	66
3.8.4 Uji Mediasi	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Mazio Coffee & Bistro di Pati.....	68
4.2 Penyajian Data.....	69
4.2.1 Karakteristik Responden.....	69
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	72
4.3 Analisis Data	75
4.3.1 Analisis Konfirmatori	75
4.3.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	84
4.3.3 Uji Instrumen	85
4.3.4 Uji Asumsi SEM.....	87
4.3.5 Uji Mediasi	93
4.3.6 <i>Squared Multiple Correlations</i>	94
4.4 Pembahasan	95
4.4.1 Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati	95
4.4.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati	96
4.4.3 Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati	97

4.4.4	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati	97
4.4.5	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati	98
4.4.6	Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati	99
4.4.7	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen pada Mazio Coffee & Bistro di Pati	99
BAB V KESIMPULAN & SARAN		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		104
Lampiran-lampiran.....		108

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Daftar Jumlah Cafe/Resto di Kabupaten Pati	2
Tabel 1. 2 Daftar Café & Resto di Pati	3
Tabel 1. 3 Data Transaksi Penjualan Mazio Coffee & Bistro Tahun 2021, 2022, dan 2023	7
Tabel 3. 1 Skala Likert	52
Tabel 3. 2 Indeks <i>Goodness of Fit</i>	65
Tabel 4. 1 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 2 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4. 3 Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan	71
Tabel 4. 4 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	73
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	73
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	74
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	75
Tabel 4. 9 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Eksogen Sebelum Perbaikan	76
Tabel 4. 10 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Eksogen Sesudah Perbaikan	78
Tabel 4. 12 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Endogen Sebelum Perbaikan	80
Tabel 4. 13 Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i> Endogen Sesudah Perbaikan.....	81
Tabel 4. 14 <i>Regression Weight: (Group number 1 - Defult model)</i>	81
Tabel 4. 15 Hasil <i>Goodness Of Fit Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan	82
Tabel 4. 16 Hasil <i>Goodness Of Fit Full Measurement</i> Sesudah Perbaikan.....	83
Tabel 4. 17 Hasil <i>Goodness Of Fit Structural Equation Modeling</i> Sesudah Perbaikan.....	84
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	85
Tabel 4. 19 Uji <i>Variance Extracted (AVE)</i>	86
Tabel 4. 20 <i>Discriminant Validity</i>	86
Tabel 4. 22 Uji Normalitas <i>Assessment of normality</i> (Group number 1).....	88
Tabel 4. 23 <i>Obsevation farthest from the centroid (Mahalonobis distance)</i>	89
. Tabel 4. 24 Hasil Uji Kausalitas	90
Tabel 4. 25 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	91

Tabel 4. 26 <i>Direct Effects</i>	93
Tabel 4. 27 <i>Indirect Effects</i>	93
Tabel 4. 28 Hasil Total <i>Effect</i>	94
Tabel 4. 29 Hasil <i>Square Multiple Correlations</i>	95



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan Konsumen Mengenai Harga Terhadap Mazio Coffee & Bistro di Pati.....	9
Gambar 1. 2 Kritik & Saran Mengenai Harga Oleh Konsumen Mazio Coffee & Bistro di Pati.....	10
Gambar 1. 3 Ulasan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Mazio coffee & Bistro di Pati.....	12
Gambar 1. 4 Kritik & Saran Mengenai Kualitas Pelayanan Oleh Konsumen Mazio Coffee & Bistro di Pati.....	13
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
Gambar 3. 1 Diagram Jalur	61
Gambar 4. 1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	76
Gambar 4. 2 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan	77
Gambar 4. 3 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	79
Gambar 4. 4 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sesudah Perbaikan	80
Gambar 4. 5 <i>Full Measurement</i> Sebelum Perbaikan	82
Gambar 4. 6 <i>Full Measurement</i> Setelah Perbaikan.....	83
Gambar 4. 7 <i>Structural Equation Modeling</i> Sesudah Perbaikan	84