

172010200255.EVI  
WIDIANTI.ARTIKEL.docx  
*by*

---

**Submission date:** 17-Feb-2022 08:01AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1764205352

**File name:** 172010200255.EVI WIDIANTI.ARTIKEL.docx (404.01K)

**Word count:** 6929

**Character count:** 43903

## SURAT PERNYATAAN SESUAI PANDUAN PENULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Evi Widianti  
NIM : 172010200255  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : FBHIS

**MENYATAKAN** bahwa, artikel ilmiah saya dengan rincian:

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Lare Darjo  
Kata Kunci : Harga, Kualitas Layanan, Lokasi Penjualan, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan

### TELAH:

1. Disesuaikan dengan petunjuk penulisan dari jurnal ilmiah di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Standar Penulisan Karya Tulis Ilmiah dan Plagiarisme di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
2. Lolos uji cek kesamaan sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Serta **BELUM PERNAH dan TIDAK AKAN** dikirimkan ke jurnal ilmiah manapun, tanpa seizin dari Pusat Pengembangan Publikasi Ilmiah UMSIDA.

Demikian Pernyataan dari saya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Terima Kasih.

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,

Sidoarjo, 17 Januari 2022

(Dra., Mudji Astuti, MM)  
NIDN : 02505553

(Evi Widianti)  
NIM. 172010200255





PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFÉ LARE DARJO DI SIDOARJO

Evi Widianti<sup>1)</sup>, Dra., Mudji Astuti, MM<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi : mudjiastuti@umsida.ac.id

**Abstract.** This study aims to determine the effect of price, service quality, and sales location on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable at Café Lare Darjo. This research is a type of quantitative research with hypothesis testing. The sample used in this study were 99 respondents. The sampling technique used was purposive sampling method. The analytical tool used in this study is a path analysis technique with the help of software for the operating system called Smart-PLS (Partial Least Square) Version 3.0. The data used in this study are questionnaire data and data sourced from Café Lare Darjo. Data collection techniques using questionnaires, interviews, and observations. The results of this research prove that Hypothesis 1: the price variable has an effect on customer satisfaction. Hypothesis 2: service quality has an effect on customer satisfaction. Hypothesis 3: sales location has an effect on customer satisfaction. Hypothesis 4: price has an effect on customer loyalty. Hypothesis 5: service quality affects customer loyalty. Hypothesis 6: sales location has an effect on customer loyalty. Hypothesis 7: customer satisfaction has an effect on customer loyalty. Hypothesis 8: price affects customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. Hypothesis 9: service quality affects customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. Hypothesis 10: sales location has an effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable.

**Keywords:** Price, Quality of Service, Location of Sales, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction.

**ABSTRAK.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Café Lare Darjo. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*Path Analysis*) dengan bantuan *Software* untuk sistem operasi yang bernama *Smart-PLS (Partial Least Square)* Versi 3.0. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuesioner dan data yang bersumber pada Café Lare Darjo. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, wawancara, dan observasi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Hipotesis 1: variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis 2: kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis 3: lokasi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis 4: harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis 5: kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis 6: lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis 7: kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis 8 : harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Hipotesis 9: kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Hipotesis 10: lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Layanan, Lokasi Penjualan, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan.

## I. PENDAHULUAN

Peluang usaha adalah sebuah kesempatan untuk menjalankan sebuah kegiatan bisnis untuk mendapatkan royalti maupun keuntungan dengan cara strategi yang telah ditetapkan. Kesempatan usaha yang terbuka lebar ini tidak boleh dilewatkan oleh mereka yang memiliki jiwa berwirausaha. Seorang pengusaha baik pengusaha muda ataupun pengusaha yang sudah lama berkecimpung dalam dunia bisnis ketika ia akan memanfaatkan peluang usaha yang ada pada waktu tertentu seorang pengusaha itu harus memiliki sikap dan mental yang percaya diri. Perlu pemikiran yang matang bagi seorang pengusaha agar usahanya dapat berjalan dengan tetap sasaran. Dalam

menilai sebuah peluang usaha, apakah cocok dengan keadaan kita atau tidak, tentu kita harus memperhatikan faktor internal dan juga eksternal.

Menurut Philip Kotler dalam Dr. Meithiana Indrasari<sup>[1]</sup> harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk dan jasa untuk jumlah nilai yang ditukar pembeli atas manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang dipengaruhi pembeli, hal ini berlaku dalam negara berkembang, tetapi faktor bukan harga sudah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga yaitu jumlah uang yang dibebankan atas jasa.

Menurut P. Kotler dalam Fitria Halim, dkk<sup>[2]</sup> mengemukakan bahwa "pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produknya mungkin atau tidak terkait dengan produk fisik".

Loyalitas akan muncul ketika pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk yang berkualitas. Usaha akan mendapatkan keuntungan yang besar ketika mampu menciptakan kepuasan dalam setiap pelanggan, begitupun pelanggan akan merasa puas dan akan membentuk loyalitasnya terhadap perusahaan karena sudah merasakan produk yang berkualitas dan sesuai dengan keinginan yang diinginkan pelanggan.

Lokasi Cafe Lare Darjo cukup strategis tidak jauh dari pusat kota Sidoarjo. Dan lokasinya di tepi jalan raya. Yang sangat memudahkan pelanggan atau konsumen untuk mencari di google maps. Lokasi Cafe Lare Darjo dekat dengan pemukiman warga dan juga area persawahan, menambah nilai plus untuk pemandangan yang asri di tengah kota sidoarjo yang padat penduduk ini.

Menurut Lupiyoadi dalam Humairoh<sup>[3]</sup> mendefinisikan lokasi sebagai keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Pengertian ini menunjukkan bahwa baik perusahaan ataupun pengecer yang akan menyampaikan produk ke konsumen harus memperhatikan letak outlet atau lokasi penjualannya agar konsumen dapat dengan mudah mengakses lokasi tersebut sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Tjiptono dalam Rivai, A.R<sup>[4]</sup> kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya.

Di dalam bisnis cafe dan restoran, untuk dapat membuat restoran terlihat menarik maka pada produk atau jenis makanan yang ditawarkan harus mempunyai kelebihan serta perbedaan rasa, varian, menu, serta suasana. Setiap perusahaan saling berpacu untuk memperbanyak pelanggan serta mempertahankan kualitas produk untuk menciptakan keunggulan-keunggulan dari para pesaingnya. Harapan dari adanya keunggulan-keunggulan tersebut secara langsung adalah meningkatkan permintaan serta penjualan dari perusahaan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas terjadi tidak stabilnya jumlah Pelanggan Cafe Lare Darjo. Maka Gap atau kesenjangan membahas tentang teori Harga, Kualitas Produk, Lokasi Penjualan dengan menghubungkan fakta yang terjadi di lapangan.

Masalah dalam penelitian ini adalah adanya gap/kesenjangan antara teori dan kenyataan yang ada di Cafe Lare Darjo yaitu :

1. Menurut Philip Kotler dalam Dr. Meithiana Indrasari yaitu sebanyak nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk dan jasa untuk jumlah nilai yang ditukar pembeli atas manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang dipengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara berkembang, namun faktor bukan harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini.

Masalah yang pertama untuk kalangan masyarakat menengah ke atas, Harga sangat berpengaruh terhadap pembelian suatu makanan maupun minuman, karena harga yang mahal identik dengan rasa yang enak membuat kepuasan pelanggan ingin berkunjung lagi ketempat tersebut lagi, Namun untuk kalangan orang menengah ke bawah harga mahal tidak selalu enak, harga murah ada juga yang enak. Café lare darjo mempunyai harga yang relative murah dibandingkan dengan café lainnya. Harga yang di café lare darjo juga sangat dijangkau oleh semua kalangan, mulai dari kalangan bawah, kalangan menengah, dan kalangan atas. Selain itu kalangan remaja juga bisa membeli di café lare darjo. Café lare darjo mematok harga sesuai dengan kualitas makanan dan minuman yang ada di café lare darjo. Sehingga pelanggan akan suka untuk melakukan pembelian di café lare darjo dan merasakan kepuasan atas harga yang diberikan oleh café lare darjo.

2. Menurut Tjiptono dalam Dr. Meithiana Indrasari kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Masalah kedua yaitu Layanan, Mas Handoko sangat kewalahan kalau hari weekend dikarenakan kurangnya karyawan di Cafe Lare Darjo, sehingga Layanan dari penjual ke pembeli mengalami keterlambatan untuk mengantar makanan atau minuman ke meja pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan loyalitas pelanggan menurun, karena apabila pelanggan datang ke suatu Café ataupun tempat makan salah

satu yang menyebabkan kelayakitan pelanggan terhadap Café salah satunya yaitu pelayanan yang memuaskan pelanggan. Sehingga pemilik café harus meningkatkan kualitas layanan yang ada di Café lare darjo dengan cara merekrut karyawan agar pelanggan tetap loyal terhadap café lare darjo.

3. Lupiyoadi mendefinisikan lokasi sebagai keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Permasalahan yang ketiga sangat mengganggu usaha Cafe Lare Darjo yaitu masalah Lokasi Penjualan. Menurut Ownernya Mas Handoko beliau berkata jika kendala mereka mengenai parkir di kalah hari weekend di Cafe Lare Darjo sangat membludak sampai Parkir di pinggir jalan Raya. Tempatnya yang berdekatan dengan perkampungan warga sekitar membuat pengunjung berdatangan terus menerus terutama hari weekend. Karena lahan parkir juga salah satu faktor yang membuat kenyamanan pelanggan dalam berkunjung.

Berdasarkan uraian diatas peneliti memutuskan untuk menganalisis **“Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”**.

## II. METODE PENELITIAN

### 2.1. Pendekatan Penelitian

Menurut Malhotra dalam Sholeha, L, dkk<sup>[5]</sup> Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis yang disertai dengan studi empiris jurnal sebelumnya sebagai pelengkap untuk mendukung kesimpulan secara matematis atau statistik. Pendekatan kuantitatif diambil karena melalui pendekatan ini proses penelitian dapat dilakukan secara terstruktur dan menggunakan sampel penelitian dalam jumlah besar yang dianggap dapat mewakili populasi yang diteliti, maka hasil yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan sesuatu yang bersifat konklusif untuk populasi dari mana sampel tersebut diambil.

### 2.2. Rancangan Penelitian

Menurut Sukardi<sup>[6]</sup> rancangan penelitian adalah langkah- langkah penelitian yang terstruktur, ekonomis dan sesuai dengan tujuan penelitian sehingga data-data yang didapatkan adalah data yang akurat.

### 2.3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan pada penelitian ini yakni pada Cafe yang menyediakan berbagai Macam minuman aneka Rasa, jenis dan juga makanan Ringan yang cukup dikenal oleh Masyarakat, terutama anak muda. Maka peneliti berinisiatif untuk meneliti di Cafe Lare Darjo yang mendirikan usahanya di Dsn. Kauman Rt. 07 Rw.04 Krajan, Ds. Sepande Kec. Candi, Sidoarjo.

### 2.4. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono<sup>[7]</sup> Populasi dikatakan sebagai sebuah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah melakukan pembelian di Cafe Lare Darjo di Sidoarjo yang berjumlah 7365 orang dalam 5 tahun terakhir.

Untuk Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampel* dimana pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara meyeluruh kepada Pelanggan Cafe Lare Darjo tanpa memperhatikan strata dalam populasi.

Sampel akan didapatkan dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n= Jumlah sampel

N= Ukuran Populasi

e= Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini di tentukan sebesar 10%.

Dari rumus tersebut di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{7365}{1 + (7365)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{7365}{1 + (7365)(0,01)}$$

$$n = \frac{7365}{1 + (73,65)}$$

$$n = 98,6$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel yang digunakan digenapkan menjadi 99 orang dengan teknik pengambilan sampel secara *Purposive sampling*.

## 2.5. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kuantitatif berupa hasil kuesioner yang diberikan dan di isi oleh responden. Dengan kuesioner pengumpulan data lebih efisien jika peneliti ingin lebih tahu secara pasti variabel yang akan diukur dan bisa diharapkan responden. Data kuantitatif adalah data yang numerik yang di olah dnegan menggunakan metode statisti yang selanjutnya akan dianalis menggunakan teknik analisis Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan software untuk system operasi yang bernama PLS (Partial Lest Square) versi 3.0.

### 1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan :

#### a. Data Primer

Menurut Sudarso A, dkk<sup>[8]</sup> Data Primer adalah data yang diperoleh melalui atau berasal dari pihak pertama yang memiliki suatu data. Dalam penelitian ini data atau sumber pertama di dapatkan dari objek penelitian bisa penyebaran kuisioner kepada pelanggan Cafe Lare Darjo. Data yang diperoleh dari responden atau pelanggan nantinya terkait dengan Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Cafe Lare Darjo.

#### b. Data Sekunder

Menurut Sudarso A, dkk Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui atau berasal dari pihak kedua yang ikut mengetahui atau memiliki suatu data. Dalam penelitian ini Data Sekunder berupa data yang tidak langsung di berikan kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melaului dokumen. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan kembali, yaitu dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang telah diperoleh dari Cafe Lare Darjo seperti dokumentasi atau foto sebagai pendukung penelitian ini.

## 2.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan dengan metode wawancara, dan kuesioner.

### 1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan untuk pengumpulan apabila peneliti bermaksud melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti, dan peneliti ingin mengethui hal-hal dari responden lebih mendalam jika respondennya sedikit. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan cara mengunjungi Cafe Lare Darjo dan bertemu dengan Mas Handoko selaku Owner Cafe. karena ingin mengetahui informasi dan data responden secara mendalam.

### 2. Kuesioner

Menurut Muriza, D. T.<sup>[9]</sup> kuesioner merupakan sebuah teknik menyatukan data dengan mengadakan komunikasi dengan responden yang akan dijadikan subjek dalam suatu penelitian dengan harapan seseorang memberikan tanggapan terhadap daftar pertanyaan tersebut.

Dalam Prosesnya peneliti akan menyebar kuesioner dengan pertanyaan atau pernyataan meliputi Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Ada beberapa syarat yang boleh menerima kuisisioner yaitu pelanggan minimal datang 3 kali ke Cafe Lare Darjo, Bentuk angket yang digunakan adalah skala likert yang berbentuk checklist. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

**Tabel 2.1**  
**Bobot Skor Jawaban Variabel**

Pilihan Jawaban	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju	1

Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

## 2.7. Teknik Analisis

### 1. Analisa Structural Equation Model (SEM)

Menurut Wasiman dkk<sup>[10]</sup> Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)*, dengan menggunakan bantuan *Software Partial Square (PLS)*. SEM merupakan salah satu jenis analisis multivariat dalam ilmu sosial, analisis multivariat merupakan aplikasi metode statistika untuk menganalisis beberapa variabel penelitian secara simultan atau serempak.

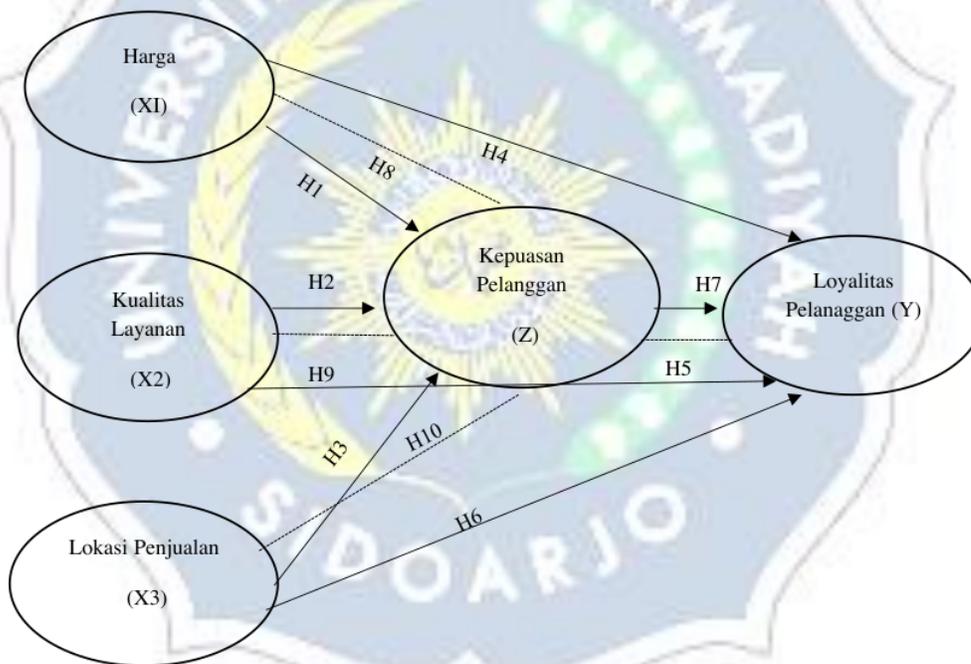
### 2. Partial Least Square (PLS)

*Partial Least Square* yaitu metode analisis yang *powerfull* karena tidak mengasumsikan data dengan pengukuran skala tertentu, dan jumlah sampel kecil.

### 3. Tahapan Analisis PLS

- Estimasi Model SEM – PLS
- Evaluasi model dalam PLS

## 2.8. Kerangka Konseptual



## 2.9. Hipotesis

Hipotesis merupakan Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan uraian di atas peneliti mengajukan Hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Pengaruh Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan  
 H2 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan  
 H3 : Lokasi Penjualan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan  
 H4 : Pengaruh Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan  
 H5 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan  
 H6 : Lokasi Penjualan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan  
 H7 : Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.  
 H8 : Harga berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Cafe Lare Darjo  
 H9 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Cafe Lare Darjo  
 H10 :Lokasi penjualan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Cafe Lare Darjo

### c. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Karakteristik Responden

Tabel 3.1 Profil Responden

Keterangan	Total	Presentasi
Jumlah sampel	99	100,0
Jenis Kelamin		
Laki-laki	33	33,3
Perempuan	66	66,6
Umur:		
17-28 tahun	45	45,4
29-39 tahun	23	23,2
40-50 tahun	19	19,1
>50 tahun	12	12,1
Lama Berlangganan		
<1 tahun	27	27,2
2-3 tahun	31	31,3
>3 tahun	41	41,4

Sumber : Data diringkas dari hasil pengumpulan kuesioner

Berdasarkan tabel 3.1 responden penelitian dominan berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 66 orang (66,6%), sedangkan untuk responden penelitian yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 33 orang (33,3%). Untuk pelanggan yang berusia 17-28 tahun sebanyak 45 orang dengan presentase 45,4%, yang berusia 29-39 tahun sebanyak 23 orang dengan presentase 23,2%, yang berusia 40-50 tahun sebanyak 19 dengan presentase 19,1%, dan yang berusia >50 tahun sebanyak 12 orang dengan presentase 12,1%. Dan pelanggan yang berlangganan selama <1 tahun sebanyak 27 orang dengan presentase 27,2%, pelanggan yang berlangganan selama 2-3 tahun sebanyak 31 orang dengan presentase 31,3%, dan pelanggan yang berlangganan selama >3 tahun sebanyak 41 orang dengan presentase sebanyak 41,4%.

#### B. Analisis Data dan Hasil Pembahasan.

##### 1. Menilai Outer Model

Terdapat lima kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS untuk menilai *outer model* yaitu *Convergent Validity*, *Average Variance Extracted*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha*.

##### a. Convergent Validity

Dalam penelitian tersebut digunakan batas *loading factor* sebesar 0,5. Penilaiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2 *Outer Loading*

	Harga (X1)	Kualitas Layanan (X2)	Lokasi Penjualan (X3)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan (Z)
X1.1	0.617				
X1.2	0.814				
X1.3	0.599				
X1.4	0.739				
X1.5	0.728				
X2.1		0.767			
X2.2		0.804			
X2.3		0.822			
X2.4		0.771			
X2.5		0.852			
X3.1			0.620		
X3.2			0.667		
X3.3			0.675		
X3.4			0.766		
X3.5			0.820		
Y1.1				0.858	
Y1.2				0.756	
Y1.3				0.862	
Y1.4				0.687	
Y1.5				0.736	
Z1.1					0.617
Z1.2					0.801
Z1.3					0.895

Sumber : Lampiran Output PLS Outer Loading

1 Pada hasil pengujian Nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel sudah lebih dari 0.5 sehingga memenuhi nilai *convergen validity*.

b. *Average Variance Extracted*

Tabel 3.3 *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average Variance Extracted (AVE)
Harga (X1)	0.506
Kualitas Layanan (X2)	0.646
Lokasi Penjualan (X3)	0.509
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.613
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.608

Sumber : Lampiran Output PLS Average Variance Extracted (AVE)

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai AVE masing-masing konstruk berada di atas 0.5. Maka tidak ada *permasalahan konverge validity* pada model yang diuji sehingga konstruk dalam model penelitian tersebut dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang bagus.

c. *Discriminant Validity*

Jika korelasi konstruk dari item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lain.

Tabel 3.4 Nilai *Discriminant Validity* (*Cross Loading*)

	Harga (X1)	Kualitas Layanan (X2)	Lokasi Penjualan (X3)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan (Z)
X1.1	0.617	0.121	0.163	0.727	0.101
X1.2	0.814	0.291	0.033	0.369	0.298
X1.3	0.599	0.421	0.093	0.018	0.366
X1.4	0.739	0.641	0.068	0.017	0.469
X1.5	0.728	0.607	0.181	0.016	0.525
X2.1	0.377	0.797	0.034	0.126	0.389
X2.2	0.432	0.804	0.150	0.120	0.354
X2.3	0.413	0.822	0.098	0.103	0.334
X2.4	0.465	0.771	0.186	0.053	0.420
X2.5	0.509	0.852	0.097	0.135	0.433
X3.1	0.032	0.008	0.620	0.012	0.164
X3.2	0.034	0.212	0.667	0.111	0.136
X3.3	0.006	0.044	0.675	0.010	0.191
X3.4	0.011	0.115	0.766	0.080	0.209
X3.5	0.012	0.119	0.820	0.163	0.268
Y1.1	0.394	0.124	0.215	0.858	0.078
Y1.2	0.268	0.075	0.037	0.756	0.145
Y1.3	0.334	0.154	0.177	0.862	0.080
Y1.4	0.206	0.106	0.075	0.687	0.134
Y1.5	0.303	0.049	0.009	0.736	0.011
Z1.1	0.242	0.203	0.183	0.002	0.617
Z1.2	0.402	0.427	0.171	0.140	0.801
Z1.3	0.421	0.448	0.297	0.084	0.895

Sumber : Lampiran Output PLS Nilai *Discriminant Validity* (*Cross Loading*)

d. *Composite reliability*

Dalam pengukuran ini nilai yang dicapai yaitu > 0,70 maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

Tabel 3.5 Nilai Reliabilitas Komposit

	Composite Reliability
Harga (X1)	0.829
Kualitas Layanan (X2)	0.901
Lokasi Penjualan (X3)	0.837
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.887
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.820

Sumber : Lampiran Output PLS *Composite reliability*

Berdasarkan tabel diatas model menunjukkan bahwa reliabilitas komposit untuk semua konstruk berada di atas nilai 0,70. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang disyaratkan.

e. *Cronbach's Alpha*.

*Cronbach's Alpha* yaitu uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari *composite reliability*. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,7.

**Tabel 3.6** Nilai Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha
Harga (X1)	0.750
Kualitas Layanan (X2)	0.863
Lokasi Penjualan (X3)	0.762
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.841
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.717

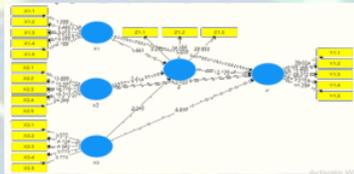
Sumber : Lampiran Output PLS Cronbach's Alpha.

model menunjukkan nilai *cronbach alpha* bagi semua konstruk berada di atas nilai 0,70. Maka demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang digunakan.

## 2. Menilai inner model

Pengukuran model tersebut dilakukan untuk menggunakan uji *bootstrapping* hanya dapat dilihat pada *R-Square*. Uji *R-Square* dilakukan untuk menguji seberapa luas kemampuan model variabel eksogen untuk menjelaskan variabel endogen. Hasil proses PLS *Alogarithm* untuk nilai *R-Square* dapat dilihat pada gambar dan tabel berikut:

**Gambar 3.1** Model Stuktural (Inner Model)



**Tabel 3.7** Hasil Uji *R-Square*

	R Square	R Square Adjusted
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.374	0.348
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.349	0.328

Sumber : Lampiran Output PLS Hasil Uji *R-Square*

Berdasarkan data yang ada pada gambar dan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,374. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa sebesar Loyalitas Pelanggan 37,4%. Kemudian untuk nilai *R-Square* yang diperoleh dari variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,348. Nilai tersebut menjelaskan bahwa semangat kerja sebesar 34,8%. Rumus yang digunakan untuk perhitungan nilai *R-Square* yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 R\text{-Square} &= 1 - (\sqrt{1 - R^2_1} \times \sqrt{1 - R^2_2}) \\
 &= 1 - (\sqrt{1 - 0,374} \times \sqrt{1 - 0,348}) \\
 &= 1 - (0,626 \times 0,652) \\
 &= 1 - 0,408 \\
 &= 0,592
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan rumus di tersebut, diperoleh nilai *R-square* sebesar 0,592. Hal ini menunjukkan besarnya data untuk penelitian yang dapat dijelaskan oleh model dan variable yang digunakan dalam penelitian yaitu sebesar 59,2%. Sedangkan sisanya sebesar 40,8% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian ini.

### 3. Uji Hipotesis *Direct Effect* dan *Indirect Effect*

Menurut Ghozali dan Latan<sup>[10]</sup> Uji hipotesis secara langsung atau *direct effect* pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai *T-Statistics* > 1,96 dan nilai *P-Values* < 0,05.

Sedangkan Untuk mengetahui adanya pengaruh tidak langsung atau *indirect effect* dengan melihat jika nilai probabilitas (*p-value*) kurang dari 0,05 dan nilai *T-Statistics* > 1,96 maka diketahui terdapat *indirect effect* variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel mediasi signifikan pada taraf signifikansi 0,05. Berikut ini hasil pengujian hipotesis secara langsung yang diperoleh dalam penelitian ini melalui pengukuran *inner model*.

**Tabel 3.8** Hasil Uji Hipotesis *Direct Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	0,421	0,305	0,211	1,995	<b>0,047</b>
X1 -> Z	0,279	0,283	0,111	2,516	<b>0,012</b>
X2 -> Y	0,421	0,302	0,214	1,996	<b>0,050</b>
X2 -> Z	0,279	0,279	0,108	2,586	<b>0,010</b>
X3 -> Y	0,263	0,162	0,131	2,044	<b>0,040</b>
X3 -> Z	0,238	0,253	0,110	2,177	<b>0,030</b>
Z -> Y	0,255	0,197	0,124	2,048	<b>0,041</b>

Sumber : Lampiran Output PLS Hasil Uji Hipotesis *Direct Effect*

Berdasarkan tabel 3.8 di atas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian pengaruh secara langsung atau *direct effect* dalam penelitian ini adalah :

- Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.  
X1 terhadap Y diterima karena variabel harga (X1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96 yaitu sebesar 1,995 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,047, maka dapat diartikan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.  
Kemudian X1 terhadap Z diterima karena variabel harga (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Z) memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96 yaitu sebesar 2,516 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,012. Maka dapat diartikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.  
X2 terhadap Y diterima karena variabel kualitas layanan (X2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96 yaitu sebesar 1,996 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,050. Maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.  
X2 terhadap Z diterima karena variabel kualitas layanan (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Z) memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96 yaitu sebesar 2,586 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,010, maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.  
X3 terhadap Y diterima karena variabel lokasi penjualan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96 yaitu sebesar 2,004 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,040, maka dapat diartikan bahwa variabel lokasi penjualan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- Lokasi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.  
X3 terhadap Z diterima karena variabel lokasi penjualan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96 yaitu sebesar 2,177 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,030, maka dapat diartikan bahwa variabel lokasi penjualan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.  
Z terhadap Y diterima karena variabel kepuasan pelanggan (Z) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96 yaitu sebesar 2,048 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu

sebesar 0,041. Maka dapat diartikan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Berikutnya adalah hasil pengujian hipotesis secara tidak langsung atau *Indirect Effect* yang diperoleh dari *Specific Indirect Effect* pada program *SmartPLS 3.0* dalam penelitian ini melalui pengukuran *inner model* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.9** Hasil Uji Hipotesis *Indirect Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (IO/STDEV)	P Values
X1 -> Z -> Y	0,461	0,471	0,110	3,192	0,000
X2 -> Z -> Y	0,375	0,358	0,100	3,608	0,000
X3 -> Z -> Y	0,398	0,400	0,230	2,729	0,004

**1**  
Sumber : Lampiran Output PLS Hasil Uji Hipotesis *Indirect Effect*

Berdasarkan tabel 3.9 diatas, dapat diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis secara tidak langsung atau *indirect effect* dalam penelitian ini adalah :

8. Harga **1** berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.  
X1 terhadap Y melalui Z sebagai variable intervening diterima karena variabel harga (X1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) melalui variabel kepuasan pelanggan (Z) memiliki nilai *T-Statistics* > 1.96 yaitu sebesar 3,192 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka dapat diartikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan.
9. Kualitas **1** layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.  
X2 terhadap Y melalui Z sebagai variable intervening diterima karena variabel kualitas layanan (X2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) melalui variabel kepuasan pelanggan (Z) memiliki nilai *T-Statistics* > 1.96 yaitu sebesar 3,608 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
10. Lokasi **1** penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.  
X3 terhadap Y melalui Z sebagai variable intervening diterima karena variabel lokasi penjualan (X3) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) melalui variabel kepuasan pelanggan (Z) memiliki nilai *T-Statistics* > 1.96 yaitu sebesar 2,279 dan nilai *P-Values* < 0,05 yaitu sebesar 0,004. Maka dapat diartikan bahwa variabel lokasi penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Dari pengujian hipotesis analisis di atas berpengaruh secara langsung dan tidak langsung antar variabel eksogen terhadap variabel endogen melalui variabel intervening. **1** bahwa pengujian hipotesis *direct effect* atau efek langsung hasil hipotesisnya semua variabel diterima. **1** sedangkan pada pengujian hipotesis *indirect effect* atau efek tidak langsung hasil hipotesis dari semua variabel diterima.

### C. Pembahasan

Hasil dari penelitian yang ada di atas dapat diketahui seberapa besar pengaruh komunikasi efektif dan kompetensi terhadap kinerja pegawai melalui person job fit sebagai variabel intervening pada Café Lare Darjo.

#### 1. Hipotesis Pertama : harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian tersebut dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini dapat diartikan jika pelanggan sudah merasakan kepuasan di Café Lare Darjo. Dimana kepuasan pelanggan ini karena adanya kesesuaian anatara harga dengan makanan ataupun minuman yang ada di café lare darjo. Pelanggan pada akhirnya juga banyak yang memutuskan untuk membeli makanan atau minuman di café lare darjo lebih dari satu karena harga yang ada di café lare darjo ini kualitasnya sesuai dengan apa yang ditawarkan.

Di café lare darjo juga mempunyai harga yang terjangkau, dimana harganya bisa dijangkau oleh semua kalangan. Pelanggan merasa puas karena harganya sesuai dengan kualitas. Café lare darjo tetap memberikan kualitas yang bagus agar pelanggan merasa puas atas produk yang ada di

café lare darjo. Meskipun harga yang di berikan oleh café lare darjo ini relative murah bahwan lebih rendah dari café yang lainnya.

Menurut responden harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena dari hasil kuisisioner menunjukkan jika harga yang sudah ditawarkan di café lare darjo mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan. Mulai dari harga terjangkau, relative murah, dan harga sesuai kualitas.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sudarso et al., 2021) bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Marpaung et al., 2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**2. Hipotesis Kedua: kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Café lare darjo merupakan café yang mempunyai penataan interior yang dan eksterior ruangan yang indah, rapi, dan juga bersih. Selain itu café lare darjo ini selalu merekrut karyawan yang berkualitas sehingga karyawan ini memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cepat tanggap dalam menanggapi setiap keluhan dan pertanyaan dari pelanggan.

Karyawan café lare darjo selalu memberikan perhatian dan kesungguhan dalam bekerja untuk melayani para pelanggan yang datang di café lare darjo. Dalam memberikan informasi kepada pelanggan mengenai apa yang ada di café lare darjosangat jelas dan mudah di pahami oleh pelanggan. itulah yang menyebabkan pelanggan merasa puas terhadap café lare darjo.

Menurut responden dari hasil kuisisioner menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena semakin bagus kualitas layanan yang didapat oleh pelanggan akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan yang datang di café lare darjo.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Sudarso et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian (Marpaung et al., 2021) menunjukan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**3. Hipotesis Ketiga: lokasi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.**

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian diatas diketahui bahwa lokasi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Café lare darjo merupakan café yang mempunyai lingkungan yang bersih. Sehingga untuk menikmati makan dan minuman yang di café lare darjo ini membuat pelanggannya merasa nyaman. Café lare darjo ini juga mempunyai akses yang mudah dijangkau oleh pelanggan. Lokasi café lare darjo ini mempunyai tempat yang strategis tetapi ada yang menyebabkan pelanggan terkadang merasa kurang puas terhadap café lare darjo Karena lahan untuk parkirnya kurang luas. Tetapi owner akan memperlebar lahan parkir agar pelanggan yang datang merasa puas keran fasilitas yang diberikan oleh café lare darjo sudah memuaskan.

Menurut responden lokasi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena lokasi juga termasuk salah satu fasilitas yang dirasakan oleh pelanggan untuk merasakan kepuasan dari Café Lare Darjo sehingga lokasi café lare darjo harus strategis dan mempunyai lahan yang luas.

Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh (Humairoh, 2019) menunjukkan bahwa lokasi penjualan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Marpaung et al., 2021) membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**4. Hipotesis keempat : harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.**

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian tersebut dapat diketahui bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Café lare darjo sudah mempunyai pelanggan yang loyal terhadap produk yang ada di café lare darjo. Hal ini terlihat dari pelanggan sudah banyak yang memutuskan untuk membeli makan atau minuman lebih dari satu kali di café lare darjo. Harga yang terjangkau di café lare darjo juga membuat pelanggan senang untuk berkunjung secara terus menerus di café lare darjo. Tetapi Ketika pelanggan sudah merasa loyal secara tidak langsung pelanggan akan tetap melakukan pembelian di café lare darjo meskipun ada perubahan harga yang di buat oleh café lare darjo dimana harganya berubah menjadi relative mahal.

Menurut responden harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena jika pelanggan sudah loyal terhadap café lare darjo pelanggan akan terus melakukan pembelian di café lare darjo meskipun harganya mahal.

Hal ini didukung oleh Kotler dalam Pongoh (2013:88) Dalam hal ini, harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga pertamakalinya, karena harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama dalam penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan.

**5. Hipotesis kelima : kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian diatas diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Café Lare Darjo merupakan café yang mempunyai penataan eksterior dan interior yang bagus, nyaman, indah, dan bersih. Café lare darjo juga mempunyai karyawan yang pengetahuannya luas sudah berpengalaman juga kemampuan yang sesuai dengan pekerjaan yang diberikan. Dalam melayani pelanggan, karyawan memberikan perhatian berlebih dalam melayani sehingga membuat pelanggan nyaman. Selain nyaman karyawan juga melayani dengan ramah. Karyawan café lare darjo juga dituntut untuk selalu memberikan informasi kepada pelanggan dengan jelas dan mudah dipahami oleh seorang pelanggan. Sehingga membuat pelanggan loyal kepada café lare darjo karena akibat dari kepuasan, pelayanan, maupun fasilitas yang diperoleh oleh pelanggan.

Menurut responden dari jawaban kuisioner kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. jika pelanggan sudah merasakan kualitas layana yang bagus maka loyalitas akan terbentuk didalam diri pelanggan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sudarso et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. (Agistia & Nurcaya, 2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

**6. Hipotesis keenam : lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian diatas diketahui bahwa lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini dapat diartikan apabila café lare darjo mempunyai lokasi yang lingkungannya bersih kemuadia di dukung dengan tempat yang nyaman untuk menikmati makanan dan minuman membuat pelanggan merasa puas atas fasilitas yang ada sehingga secara tidak langsung loyalitas pelanggan akan terbenak dalam diri pelanggan.

Café lare darjo ini juga di dukung dengan akses yang terjangkau. Karena tempatnya yg strategis sehingga pelanggan dengan mudah bisa menemukan café lare darjo hanya dengan menggunakan aplikasi maps.café lare darjo ini hanya mempunyai nilai kurang bagi pelanggan karena lahan parkir yang kurang luas, sehingga apabila pelanggan yang brkunjung banyak yang tidak kebagian tempat parkir.

Menurut responden lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena lokasi yang bagus, strategis dan nyaman bisa membuat pelanggan loyal terhadap café lare darjo.

Hal ini di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Humairoh, 2019) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**7. Hipotesi ketujuh : kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini dapat diartikan apabila café lare darjo mempunyai harga, rasa, kualitas makanan dan minuman sesuai dengan keinginan pelanggan maka pelanggan berminat untuk berkunjung kembali di café lare darjo, sehingga loyalitas akan terbentuk dibenak pelanggan. Kemudian pelanggan juga secara tidak langsung akan merekomendasika café lare darjo kepada temannya. Pelanggan akan mengajak temannya untuk datang berkunjung dicafé lare darjo.

Menurut responden keupasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena apabila pelangga sudah merasakan kepuasan maka secara tidaklangsung pelanggan akan loyal terhadap café lare darjo.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Pahlawan et al., 2019) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

**8. Hipotesis kedelapan : harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian diatas diketahui bahwa harga berepengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Hal ini dapat diartikan jika pelanggan sudah merasakan kepuasan di Café Lare Darjo. Dimana kepuasan pelanggan ini karena adanya kesesuaian anatara harga dengan makanan ataupun minuman yang ada di café lare darjo. Pelanggan pada akhirnya juga banyak yang memutuskan untuk membeli makanan atau minuman di café lare darjo lebih dari satu karena harga yang ada di café lare darjo ini kualitasnya sesuai dengan apa yang ditawarkan.

Café lare darjo sudah mempunyai pelanggan yang loyal terhadap produk yang ada di café lare darjo. Hal ini terlihat dari pelanggan sudah banyak yang memutuskan untuk membeli makan atau minuman lebih dari satu kali di café lare darjo. Harga yang terjangkau di café lare darjo juga membuat pelanggan senang untuk berkunjung secara terus menerus di café lare darjo. Tetapi Ketika

pelanggan sudah merasa loyal secara tidak langsung pelanggan akan tetap melakukan pembelian di café lare darjo.

Menurut responden harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan karena dengan adanya harga yang sesuai dengan kualitas di café lare darjo pelanggan bisa loyal terhadap café lare darjo, karena adanya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Sudarso et al., 2021) bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Marpaung et al., 2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**9. Hipotesis kesembilan : kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Café lare darjo merupakan café yang mempunyai penataan interior yang dan eksterior ruangan yang indah, rapi, dan juga bersih. Selain itu café lare darjo ini selalu merekrut karyawan yang berkualitas sehingga karyawan ini memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cepat tanggap dalam menanggapi setiap keluhan dan pertanyaannya dari pelanggan.

Karyawan café lare darjo juga dituntut untuk selalu memberikan informasi kepada pelanggan dengan jelas dan mudah dipahami oleh seorang pelanggan. Sehingga membuat pelanggan loyal kepada café lare darjo karena akibat dari kepuasan, pelayanan, maupun fasilitas yang diperoleh oleh pelanggan.

Menurut responden kualitas layanan mempengaruhi loyalitas karena dengan adanya kualitas layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan maka konsumen akan puas dan loyal pada café lare darjo.

Hasil penelitian di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sudarso et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian (Marpaung et al., 2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Agistia & Nurcaya, 2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

**10. Hipotesis kesepuluh : lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening .**

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian diatas diketahui bahwa lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Café lare darjo merupakan café yang mempunyai lingkungan yang bersih. Sehingga untuk menikmati makan dan minuman yang di café lare darjo ini membuat pelanggannya merasa nyaman.

Café lare darjo ini juga di dukung dengan akses yang terjangkau. Karena tempatnya yg strategis sehingga pelanggan dengan mudah bisa menemukan café lare darjo hanya dengan menggunakan aplikasi maps.café lare darjo ini hanya mempunyai nilai kurang bagi pelanggan karena lahan parkir yang kurang luas, sehingga apabila pelanggan yang brkunjung banyak yang tidak kebagian tempat parkir.

Menurut responden lokasi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, karena lokasi juga merupakan fasilitas yang dirasakan oleh seorang pelanggan.

Hal ini di dukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Humairoh, 2019) menunjukkan bahwa lokasi penjualan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Marpaung et al., 2021) membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Humairoh, 2019) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**d. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian atau pembahasan yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan
4. Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Lokasi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Lokasi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
7. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

8. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
9. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.
10. Lokasi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih setulusnya kepada orang tua dan dosen pembimbing yang senantiasa mendukung keberhasilan penulis, memberi semangat dan dukungan untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi.

#### REFERENSI

- [1] Indrasari, D. M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Marpaung, F. K., Hutagalung, I. N., Mariana, M., Siahaan, N. J., & Siregar, L. H. (2021). Kepuasan Pelanggan PT . Dwi Karya Sartika. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(1), 81–96.
- [2] Halim, F., Zukhruf, A., Kurniullah, K., Butarbutar, M., Efendi, E., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Sisca, S., Simarmata, H. M. P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Yayasan Kita Menulis* (Vol. 1, Issue 1).
- [3] Humairoh, S. (2019). *Pengaruh lokasi, keragaman produk, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pm collection pekanbaru*.
- [4] Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37
- [5] Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15
- [6] Prof. Sukardi, Ph.D. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan : Kompetensi dan Praktiknya*. Penerbit: Bumi Aksara.
- [7] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-27, Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- [8] Sudarso, A., Saragih, L. M. S., Fajrillah, & Simanjuntak, C. L. (2021). *LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TRANSPORTASI ONLINE GRAB KOTA MEDAN ( STUDI KASUS MAHASISWA IBBI )*. 34(1), 306–323
- [9] Muriza, D. T. (2019). *PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RAMAYANA PADANG*
- [10] Wasiman, Silitonga, F., & Edy Wibowo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua Di Kota Batam. *Jurnal Cafeteria*, 1(2), 64–73

ORIGINALITY REPORT

---

19%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

---

PRIMARY SOURCES

---

1

[ijins.umsida.ac.id](http://ijins.umsida.ac.id)

Internet Source

16%

---

2

[acopen.umsida.ac.id](http://acopen.umsida.ac.id)

Internet Source

2%

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On