

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Altina Damaiyanti¹, Siti Komariah Hildayanti², Meilin Veronica³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang
Altinadamaiyanti98@gmail.com¹, hildayanti@uigm.ac.id², meilin.veronica@uigm.ac.id³

ABSTRACT

This study aims analyze service quality and price on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable for Café Victoria consumers. This type of research is descriptive quantitative, sampling in this study used 120 respondents. The results of the study were that there was an influence between service quality on customer satisfaction at Café Victoria Babat Toman with the t test result of $0.000 < 0.05$. There is also an effect of price on Café Victoria's customer satisfaction the t test result of $0.000 < 0.05$. Service quality also affects the loyalty of Café Victoria Babat Toman consumers, the results of the t test which gives a significance value of $0.009 < 0.05$. The test results show that price affects customer loyalty at Café Victoria Babat Toman with a t-test result of $0.000 < 0.05$, the test results show that customer satisfaction affects Café Victoria customer loyalty. This is supported by the t-test result of $0.00 < 0.05$. Simultaneously, there is an influence between service quality and price loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on customer loyalty at Café Victoria. This is evidenced by the results of the F test with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Dengan adanya kemajuan gaya hidup masyarakat zaman sekarang banyak bisnis kuliner yang telah hadir di Indonesia, mulai dari restoran asing sampai kuliner kaki lima. Masyarakat modern cenderung memilih tempat yang santai dan nyaman untuk menghabiskan waktu luang seperti berkumpul dengan teman, kerabat ataupun anggota keluarga. Oleh sebab itu *café* telah menjadi tempat nongkrong favorit bagi mereka. Jadi tidak heran lagi apabila banyak ditemui anak muda bahkan orang paruh baya yang nongkrong dan berkumpul di *café* yang menyediakan berbagai macam varian makanan dan minuman. Maka dari itu, pelaku usaha dituntut untuk memenuhi rasa nyaman konsumen seperti kualitas pelayanan dan harga yang sesuai membuat konsumen merasa puas dan dapat

menjadikan konsumen sebagai pelanggan yang loyal.

Kualitas pelayanan menjadi hal yang paling penting diperhatikan. Karena kualitas pelayanan menjadi alat ukur minat beli ulang konsumen. Adanya kualitas pelayanan diharapkan mampu memberikan rasa puas bagi para konsumennya. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik.

Selain kualitas pelayanan harga juga tak kalah penting dianggap dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. perusahaan dituntut untuk menawarkan

produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Banyak perusahaan melawan kecenderungan harga yang rendah dan berhasil mendorong konsumen membeli produk dan jasa yang lebih mahal dengan menggabungkan formula produk unik yang melibatkan kampanye pemasaran. Perusahaan harus menetapkan harga pada saat pertama kali mereka mengembangkan produk baru. Ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau wilayah geografis baru, perusahaan harus sudah memutuskan dimana akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga. (Rasjid & Laksono, 2021). Konsumen sering kali membandingkan harga perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Harga juga dapat digambarkan sebagai nilai tukar produk dan dapat menciptakan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan.

Disamping itu loyalitas pelanggan juga dapat mempengaruhi ke berlangsungan pengusaha dan kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang. Dengan adanya pelanggan yang loyal, pelanggan akan membicarakan dan memberikan rekomendasi ke pada calon konsumen sehingga perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan biaya untuk memasarkan produk mereka. Karena pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh oleh pemasaran yang dilakukan perusahaan sejenis.

Pelanggan yang loyal terbentuk karena adanya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yaitu perasaan seseorang yang senang dengan suatu produk atau jasa tertentu. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini yaitu sebagai variabel penyela atau variabel *intervening*. Sugiyono (2022) menyatakan variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.

Alasan peneliti menjadikan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* adalah secara teoritis kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga dan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen dalam memenuhi kepuasan konsumen. Setiap perusahaan seperti *Café* memiliki keistimewaan tersendiri entah itu dari sudut pandang kualitas pelayanan, harga, maupun sudut pandang yang lainnya. Hal ini dilakukan dengan seiring bertambahnya para pesaing baru maka owner-owner *Café* dituntut untuk mengedepankan kualitas pelayanan dan harga, dengan adanya pelayanan yang baik dan harga yang sesuai akan menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan.

Victoria Café adalah sebuah tempat makan yang cukup menarik. dilengkapi dengan adanya kolam ikan yang tidak dimiliki pesaing disekitarnya. Victoria Café cenderung menjadi tempat yang menarik karena sering dijadikan objek foto-foto oleh pengunjung *Café*. Lebih menariknya lagi Victoria Café berada dipinggir sungai musi yang membuat suasana menjadi lebih santai dan nyaman. Tidak hanya itu yang membuat Victoria Café banyak disukai karena mereka menyediakan tempat hiburan seperti karaoke gratis untuk pengunjung yang makan di sana.

Selain dilengkapi fasilitas yang menarik akan tetapi setelah peneliti amati *café* tersebut juga tidak luput dari kekurangannya. Seperti karyawan yang tidak member tahu terlebih dahulu bahwa stok makanan/minuman telah habis, ketika sudah lama menunggu pesanan karyawan baru menyampaikan bahwa stok makanan/minuman tersebut telah habis. Selain itu, harga juga masih menjadi keluhan bagi para konsumen Victoria Cafe.

Konsumen masih mengeluhkan mahalnnya harga yang ditetapkan Victoria Café pada setiap produknya dibandingkan *café* lain yang ada di kecamatan Babat Toman, seperti Puja Sera Café dan Denz Caferesto.

Konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan dari beberapa menu di Cafe Victoria masih diatas Puja Sera Café dan Danz Caféresto, dan menu yang ditawarkan dari kedua *café* tersebut lebih beraneka ragam dibandingkan Victoria Café. Selain itu kepuasan yang dirasakan konsumen pun berbeda-beda, ada yang merasa masih belum mendapatkan kepuasan dari Victoria Café dan juga ada beberapa yang sudah merasa puas dengan pelayanan dan harga yang ditetapkan.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* sudah banyak dikaji sebelumnya akan tetapi memiliki hasil yang berbeda-beda. Pada Penelitian (Hariono & Marlina, 2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen memiliki peran mediasi antara harga dan lokasi loyalitas pelanggan.

Penelitian (Syapriani, 2020) menyatakan variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. dan kepuasan tamu tidak menjadi variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. pada penelitian tersebut terdapat perbedaan dengan penelitian saat ini seperti variabel lokasi dan obyek penelitian.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2022) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan di Cafe Victoria yang terletak di Jl Laut Belakang SD 3 Mangun Jaya Kec. Babat Toman, Kab. Banyuasin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang di sebar melalui *google form*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan alat SPSS Versi 25 dan menggunakan analisis lajur (*path analysis*) untuk mengetahui hubungan sebab akibat yang terjadi dengan tujuan menerangkan akibat langsung dan akibat tidak langsung seperangkat variable sebagai variable penyebab variable lainnya yang merupakan variable akibat.

PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah berkunjung ke *café* Victoria Babat Toman. Responden yang digunakan berjumlah 120 responden. Berdasarkan kategori usia, responden penelitian ini didominasi oleh konsumen yang berusia di kisaran 18-23 tahun sebanyak 54 orang (45%). Berdasarkan kelompok jenis kelamin, mayoritas responden adalah wanita sebanyak 72 orang (60%). Berdasarkan kelompok pekerjaan, pelajar/ mahasiswa sebanyak 59 orang (49%) dan paling sedikit

adalah pedagang hanya 2 orang saja atau sekitar 1,7%.

UJI VALIDITAS

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir – butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar

pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka valid (Sujarweni, 2019).

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas

Kualitas Pelayanan	Cronbach's Alpha if Item Deleted				R Hitung	Keterangan
	Harga	Kepuasan Konsumen	Loyalitas Pelanggan			
	0.462	0.437	0.281	0.368	0.179	Valid
	0.466	0.469	0.424	0.583	0.179	Valid
	0.511	0.377	0.537	0.494	0.179	Valid
	0.528	0.505	0.432	0.557	0.179	Valid
	0.316	0.486	0.302	0.375	0.179	Valid
	0.278	0.380	0.237	0.274	0.179	Valid

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS Vers. 26.0. (2022)

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Pelanggan dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk $N = 120$ pada signifikansi 5% didapat $r \text{ tabel} = 0,179$ Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ atau $r \text{ hitung} > 0,179$, maka dapat disimpulkan semua pernyataan dinyatakan valid.

UJI RELIABILITAS

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk – kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama – sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliable.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Kualitas Pelayanan	0.696	6
2	Harga	0.709	6
3	Loyalitas Pelanggan	0.706	6
4	Kepuasan Konsumen	0.635	6

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS Vers. 26.0. (2022)

Berdasarkan tabel 2 diketahui ada N of Items (banyaknya item atau butir pertanyaan kuesioner) ada 6 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha $> 0,06$. Karena nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan kuesioner untuk variabel kepuasan konsumen, harga, loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen adalah reliabilitas tinggi atau konsisten.

ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Digunakan untuk menguji hubungan/pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan analisis regresi linear sederhana. Dalam satu persamaan regresi besarnya nilai variabel tergantung pada nilai variabel lainnya (Setyawarno, 2016).

Tabel 3
Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.071	.320		6.470	.000
	Kualitas_Pelayanan	.398	.088	.385	4.538	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS Vers. 26.0. (2022)

Berdasarkan tabel 3 persamaan regresi linear sederhana dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = 2.071 + 0,398X_1$$

Keterangan :

1. Konstanta sebesar 2.071 menyatakan bahwa jika variabel independen Kualitas Pelayanan dianggap konstan, maka loyalitas pelanggan adalah sebesar 2.071.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (b1) positif sebesar 0,398 yang berarti bahwa setiap kenaikan variabel Kualitas Pelayanan, maka akan menaikkan Kualitas Pelayanan pada Peningkatan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,398.

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.707	.307		5.565	.000
	Harga	.495	.083	.480	5.946	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

Sumber : Data diolah dengan SPSS Vers 26.0. (2022)

Berdasarkan table 4 persamaan regresi linear sederhana dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = 1.707 + 0,495X_1$$

Keterangan

1. Konstanta sebesar 1.707 menyatakan bahwa jika variabel independen Harga dianggap konstan, maka harga adalah sebesar 1.707.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (b1) positif sebesar 0,495 yang berarti bahwa setiap kenaikan variabel Harga maka akan menaikkan Harga pada Peningkatan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,495.

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.201	.354		3.397	.001
	Kualitas_Pelayanan	.238	.089	.230	2.675	.009
	Harga	.400	.089	.388	4.515	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan
 Sumber : Data diolah dengan SPSS Vers 26.0. (2022)

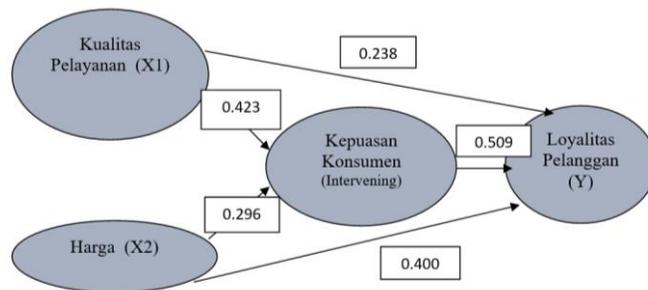
Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi linear berganda dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = 1.201 + 0,238X_1 + 0,400X_2$$

Konstanta sebesar 1.201 menyatakan bahwa jika variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) dianggap konstan, maka loyalitas pelanggan sebesar 1.201. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b1) positif sebesar 0,238 yang berarti bahwa setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan, maka akan menaikkan kualitas pelayanan pada Peningkatan loyalitas pelanggan 0,238. Koefisien regresi variabel harga (b2) positif sebesar 0,400 yang berarti bahwa setiap kenaikan harga pada Peningkatan loyalitas pelanggan, maka akan meningkatkan harga pada Peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 0,400.

ANALISIS JALUR (PATH ANALYSIS)

Pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui hubungan sebab akibat yang terjadi, dengan tujuan menerangkan akibat langsung dan akibat tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab variabel lainnya yang merupakan variabel akibat. Uji analisis jalur pada penelitian ini menggunakan cara mengkalikan koefisien regresi berganda. Hubungan langsung dalam analisis jalur terjadi jika suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ketiga yang memediasi (*intervening*) hubungan kedua variabel. Hubungan tidak langsung adalah jika ada variabel ketiga yang memediasi kedua variabel.



Gambar 1. Analisis Path

Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengaruh Variabel Harga (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengaruh Variabel Kepuasan Konsumen sebagai variabel *intervening* terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*

Besar pengaruh langsung 0.238. Besar pengaruh tidak langsung $0.423 \times 0.509 = 0.215$. Besar pengaruh total $= 0.238 + (0.423 \times 0.509) = 0.238 + 0.215 = 0.453$. Pengaruh variabel Harga (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. Besar pengaruh langsung 0.400. Besar pengaruh tidak langsung $0.296 \times 0.509 = 0.150$. Besar pengaruh total $= 0.400 + (0.296 \times 0.509) = 0.400 + 0.150 = 0.55$

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Café Victoria Babat Toman

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen Café Victoria Babat Toman. Hal ini didukung oleh hasil uji-t (parsial) pada Tabel 4.19 yang memberikan nilai signifikansi uji-t sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (*Intervening*) pada Café Victoria Babat Toman. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, Gambar 1 menunjukkan nilai jalur kualitas layanan sebesar 0,423. Jika kualitas layanan meningkat 1%, kepuasan konsumen meningkat 42.3. Dari analisis data di atas

dapat dilihat bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Dari sini dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen menumbuhkan jiwa konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan peneliti (Santoso, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Café Victoria Babat Toman

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan konsumen Café Victoria. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.19 diperoleh nilai t hitung sebesar $4.053 > 1.980$ nilai t tabel dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (*Intervening*) Café Victoria.. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka hipotesis pertama (H_2) yaitu, "Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Café Victoria", terbukti dan di terima. Maka hal tersebut mendukung pendapat (Irwan, 2017) bahwa harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Jika harga murah dan kualitas yang di rasakan bermanfaat akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang tinggi. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperkuat dalam jurnal penelitian yang telah dilakukan peneliti terdahulu yakni dalam jurnal (Simon et al., 2017) yang menunjukan hasil penelitian bahwa harga mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian lainnya mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen diperkuat kembali dalam jurnal penelitian yang telah dilakukan peneliti

terdahulu yakni dalam (Noeraini, 2016) menunjukkan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Victoria Babat Toman

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan Cafe Victoria Babat Toman. Hal ini didukung oleh hasil uji-t (parsial) pada yang memberikan nilai signifikansi uji-t sebesar $0,009 < 0,05$ yang berarti hipotesis H04 ditolak dan Ha4 diterima. Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Cafe Victoria Babat Toman. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, Gambar 1 menunjukkan nilai jalur kualitas layanan sebesar 0,238. Jika

kualitas layanan meningkat 1%, loyalitas pelanggan meningkat 23.8%. Dari analisis data di atas dapat dilihat bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat. Dari sini dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen menumbuhkan jiwa konsumen yang loyal terhadap perusahaan

Menurut (Kolter & Keller, 2016) loyalitas dipengaruhi oleh kualitas layanan, dengan adanya kualitas layanan yang baik akan menjamin loyalitas pelanggan. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya (Rangkuti, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan layanan untuk loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan Variabel intervensi (survei konsumen warung kopi di kota Medan)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Tabel 7
Uji Perbandingan Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Variabel	Pengaruh Langsung (a)	Pengaruh Tidak Langsung	Hasil
Kualitas Pelayanan	0.238	$0.423 \times 0.509 = 0.215$	$a > b = H_0$ Ditolak

Dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai pengaruh tidak langsung $<$ nilai pengaruh langsung, yaitu $0,215 < 0,238$ artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel *intervening*. Dari hasil uji parsial atau uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung $2.675 > t$ tabel 1,980 dan $0,000 < 0,05$.

Hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini mengharapakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

loyalitas pelanggan pada Cafe Victoria Babat Toman. Adanya pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Victoria Babat Toman. Berdasarkan hasil uji test t dapat dilihat koefisien determinasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan tersebut dapat diterima. Penelitian ini sejalan dengan *Contrast Theory* yang berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi para-pembelian. Apabila kinerja aktual lebih besar atau sama dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Sebaliknya jika kinerja

aktual lebih rendah dibandingkan ekspektasi maka konsumen akan tidak puas. Menurut penelitian (Rangkuti, 2021) dan (Nisa'usholihah, 2020) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sejalan dengan penelitian ini.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Victoria Babat Toman.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Café Victoria Babat Toman. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji-t, diperoleh nilai signifikansi uji-t sebesar $0,000 < 0,05$, menolak H_0 dan menerima H_a . Dari sini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara variabel harga (X_2) dengan loyalitas pelanggan (Y) Café Victoria. Berdasarkan hasil uji retensi langsung, Gambar 1 menunjukkan bahwa nilai jalur harga adalah 0,400, yaitu jika harga naik 1%, retensi naik 40.1%. Dari penjelasan informasi di atas dapat diketahui bahwa semakin murah perusahaan memberikan harga kepada konsumen maka semakin tumbuh loyalitas pelanggan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa ketika perusahaan menawarkan harga yang murah untuk produk yang diinginkan konsumen maka akan menumbuhkan loyalitas pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.

Dalam penelitian ini selaras dengan teori harga atau *price theory* yang menjelaskan bagaimana harga dipasar terbentuk. Pada dasarnya harga suatu barang ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran atas barang tersebut. Teori harga berusaha memahami, menjelaskan dan memprediksi harga dan keputusan penetapan harga relatif terhadap permintaan pelanggan.

Menurut penelitian (Aprilia & Hadi, 2017) berjudul “Mempengaruhi Kualitas layanan dan harga versus loyalitas pelanggan Kepuasan pelanggan sebagai faktor di Travel Brow Lumajang”. Hasil dari kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa

harga berdampak yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini selaras dengan penelitian (Cardia et al., 2019) yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Victoria Babat Toman.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Café Victoria. Hal ini didukung oleh hasil uji-t, dimana nilai signifikansi uji-t adalah $0,00 < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_0 ditolak. Dari sini dapat disimpulkan bahwa diantara perubahan kepuasan konsumen (*Intervening*) terdapat pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) Café Victoria. Dari pengungkapan data di atas terlihat bahwa perusahaan berusaha untuk memuaskan konsumen yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Artinya terdapat kesenjangan antara teori dengan hasil pengujian pemenuhan kepuasan sesuai harapan konsumen yang menguntungkan perusahaan yaitu meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga hasil pengujian memberikan akibatnya kepuasan konsumen meningkat, Loyalitas mempengaruhi pelanggan.

Penelitian ini tidak selaras dengan hasil penelitian (Hanifa et al., 2018) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan GO-JEK Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang” yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan *assimilation contrast theory* berpendapat bahwa konsumen mungkin menerima penyimpangan atau deviasi dari ekspektasinya dalam batas tertentu. Jika produk, baik barang ataupun jasa, dibeli dan

dikonsumsi oleh konsumen, tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan, maka kinerja produk akan diasimilasi atau diterima dan produk yang bersangkutan akan dievaluasi secara positif alias dinilai memuaskan. Namun, jika kinerja produk melampaui zona penerimaan konsumen, maka perbedaan yang ada akan dikontraskan sehingga tampak lebih besar dari sesungguhnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hariono & Marlina, 2021) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* terhadap loyalitas pelanggan Café Victoria.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas layanan dan harga loyalitas melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* terhadap loyalitas pelanggan pada Café Victoria. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar $17.345 > 3.07$ nilai Ftabel dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) melalui kepuasan konsumen (*Intervening*) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Café Victoria.

Penelitian ini sejalan dengan teori *assimilation contrast theory* dan teori harga. Jika produk, baik barang ataupun jasa, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen, tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan, maka kinerja produk akan diasimilasi atau diterima dan produk yang bersangkutan akan dievaluasi secara positif alias dinilai memuaskan. yang menjelaskan bagaimana harga dipasar terbentuk. Teori harga

berusaha memahami, menjelaskan dan memprediksi harga dan keputusan penetapan harga relative terhadap permintaan pelanggan. Hal ini selaras dengan penelitian (Syapriani, 2020) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan secara Bersama sama terhadap loyalitas pelanggan.

Dari penjelasan data di atas terlihat bahwa semakin baik pelayanan perusahaan maka semakin murah harga yang ditawarkan maka kepuasan pelanggan yang diterapkan perusahaan akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pada perusahaan yang memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, penawaran harga yang murah dan memuaskan konsumen akan membuat konsumen tetap loyal terhadap perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menjelaskan analisis mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*/penyela. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari sini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan konsumen terhadap Café Victoria. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil tabel 4.19 bahwa nilai signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu $0.00 < 0.05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $5.782 > 1.980$.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap café Victoria, artinya kepuasan konsumen terhadap café victoria tergantung pada harga yang ditawarkan kepada

- konsumen. Dari sini dapat disimpulkan bahwa harga penawaran yang menguntungkan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap café Victoria. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil tabel 4.19 bahwa nilai signifikan dari harga terhadap loyalitas pelanggan yaitu $0.00 < 0.05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4.053 > 1.980$.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dari sini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Café Victoria. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil tabel 4.20 bahwa nilai signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu $0.09 < 0.05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $2.675 > 1.980$.
 4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan terhadap café victoria. Harga juga memiliki hubungan yang positif dengan loyalitas pelanggan, artinya loyalitas pelanggan terhadap café victoria tergantung pada harga yang ditawarkan kepada konsumen. Dari sini dapat disimpulkan bahwa harga penawaran yang menguntungkan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap café Victoria. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil tabel 4.20 bahwa nilai signifikan dari harga terhadap loyalitas pelanggan yaitu $0.00 < 0.05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4.515 > 1.980$.
 5. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan pada subjudul dan didukung dengan berbagai pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Diukur terhadap nilai signifikansi yang lebih kecil dari alpha (0,05) atau 5%. Kualitas pelayanan sangat penting bagi konsumen dan menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian, harga yang relatif terjangkau juga menjadi salah satu daya tarik tersendiri.
 6. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah disebutkan pada subjudul dan didukung dengan berbagai pengujian yang telah disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel service quality dan price memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas. mendapatkan nilai probabilitas sebesar 0,00, sehingga nilai probabilitas $< 0,05$; Signifikansi α adalah $(0,00 < 0,05)$.
- Dari hasil uji diatas maka perusahaan diharapkan untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik dan menawarkan harga yang murah untuk produk dengan kualitas yang sama untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, umpan balik diharapkan dari perusahaan ketika konsumen berkomunikasi dengan perusahaan agar perusahaan dapat terus berkembang dan menjadi lebih baik lagi di masa mendatang.

REFERENCES

- Aprilia, A. P., & Hadi, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Travel* *Brow Lumajang. Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi*

- Terhadap Loyalitas Pelanggan*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(11).
- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. Jurnal Ecogen, 1(4).
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator pada Star Motor Carwash*. Performa, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.37715/Jp.V6i1.1904>
- Irwan. (2017). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Keramik pada PD Modern Decor di Pontianak*. Bisma, 1(9).
- Kolter, & Keller. (2016). *Pengertian Kualitas Pelayanan dan Macam Macam Dimensi Kualitas Pelayanan*. Paper Knowledge. Toward A Media History Of Documents.
- Nisa'usholihah, K. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Zoya Lamongan*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Noeraini, I. A. (2016). *Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya*.
- Rangkuti, R. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Coffe Shop di Kota Medan)*.
- Rasjid, Abdullah & Laksono, Agung. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pelanggan Grab di Kota Palembang)*. Jurnal Manajemen. 9(1) hal 1-16.
- Santoso, J. B. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)* (Vol. 16, Issue 01). <https://doi.org/10.36406/Jam.V16i01.271>
- Setyawarno, D. (2016). *Panduan Statistik Terapan Untuk Penelitian Pendidikan: Analisis Data Penelitian Dalam Bidang Pendidikan Dengan Aplikasi Spss Versi 22*. Pendidikan Ipa Fmipa Uny.
- Simon, K., Utami, C. W., & Padmalia, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Surya Nalendra Sejahtera Tours & Travel*. Jurnal Performa, 1.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Syapriani, S. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Tamu Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Medani Hotel Medan)*.