

**PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS: EFEK MEDIASI DAN NIAT BERKUNJUNG  
KEMBALI**

**STUDI PADA: ALAS HOUSE PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Sherly Meliana Geraldine**

**NPM: 200325404**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN TERHADAP  
LOYALITAS: EFEK MEDIASI DAN NIAT BERKUNJUNG KEMBALI  
STUDI PADA: ALAS HOUSE PURWOKERTO

Disusun oleh:

Sherly Meliana Geraldine

NPM: 200325404

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE., MBA

17 Juli 2024

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN TERHADAP  
LOYALITAS: EFEK MEDIASI DAN NIAT BERKUNJUNG KEMBALI  
STUDI PADA: ALAS HOUSE PURWOKERTO

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:

Sherly Meliana Geraldine

NPM: 200325404

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji

Pada tanggal 9 Juli 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan  
mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen

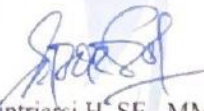
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Theresia Agung Maryudi Harsiwi, SE., M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Debora Wintriarsi H, SE., MM., MSc.



Vonezyo Yupanzaya Dharomesz, SE., MBA

Yogyakarta, 17 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS: EFEK MEDIASI DAN NIAT BERKUNJUNG  
KEMBALI**

**STUDI PADA: ALAS HOUSE PURWOKERTO**

Benar-benar adalah hasil karya saya sendiri. Segala bentuk pernyataan, ide, kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung bersumber dari ide atau tulisan orang lain dinyatakan secara tertulis di dalam skripsi ini. Kutipan yang diperoleh melalui tulisan atau karya orang lain telah tertera pada bagian daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dalam tulisan saya baik Sebagian maupun seluruhnya, maka gelar serta ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada pihak Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 1 Juni 2024

Yang Menyatakan



Sherly Meliana Geraldine

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Persepsi Kelayakan Harga Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas: Efek Mediasi Dan Niat Berkunjung Kembali, Studi Pada: Alas House Purwokerto”** disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis berikan kepada seluruh pihak yang telah menjadi *support system*, kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah menjadi jawaban atas segala keresahan dan kebingungan dalam kondisi apapun, serta memberikan pelajaran yang sangat berharga bagi penulis untuk tidak putus asa dalam mengerjakan skripsi ini
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan tempat kepada penulis untuk berproses dan berdinamika dalam menempuh Pendidikan Sarjana Manajemen.
3. Bapak Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A., yang berbesar hati mendampingi dalam proses penyusunan skripsi dengan gaya bicara, respon yang sangat cepat dan masukan-masukan skripsi yang mudah dipahami
4. Papah dan Mamah yang selalu menyertai penulis melalui doa terbaik dan selalu mendukung semua proses yang dilalui penulis. Terimakasih sudah memberikan segala yang terbaik selama ini dan selalu mendukung penulis untuk melakukan apa yang penulis inginkan. Selalu mendukung penulis untuk mencoba hal-hal baru bagi penulis.
5. Regina Annisa yang selalu cerewet mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi kakak terbaik bagi penulis dengan selalu memberikan dukungan baik pikiran, tenaga dan waktu. Selalu

- mendukung dan memberikan arahan kepada penulis dan selalu mendukung penulis untuk jangan pernah menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Eyang putri dan Eyang kakung yang selalu memberikan doa terbaik untuk cucunya dalam mengerjakan dan mengingatkan untuk proses pengerjaan skripsi ini
  7. Tante Ati dan Om Han yang memberi semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai
  8. Louis William yang selalu memberikan *support*, menemani, dan memberi masukan/arahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini dengan penuh kesabaran. Terimakasih telah memberikan waktu, usaha dan tenaga untuk membantu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
  9. Bagas Parsaoran, Ratu Janisa, Salsabila Dite, Alfin Setyo, Muhammad Rizky sebagai teman-teman penulis yang sedang bersama-sama berjuang dalam mengerjakan skripsi ini dan selalu memberikan dukungan antara satu sama lain dalam menyelesaikan skripsi ini.
  10. Jessica Adristi sebagai teman sejak tk hingga berkuliah di Atma Jaya Yogyakarta yang selalu mendukung antara satu sama lain dalam menyelesaikan Pendidikan Sarjana.
  11. Elvaretta Rosabel, Lusia Priska, Angelia Christiani, Alexander Alvin, Nicholas Juan, Yoshua Caesa sebagai teman-teman kuliah penulis yang sama-sama berjuang bersama sejak semester 1 hingga menyelesaikan skripsi ini.
  12. Sujem, Ceceng, Sobek, Pasrah, Kentur, Marak, Dibo, Celik, Oalah, Tuka, Rebung, Bang Coro, Celik, Suker, Goyang sebagai teman-teman organisasi PALAWA UAJY yang telah berdinamika bersama kepada penulis selama berkuliah di Atma Jaya dan menemani serta memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
  13. Nicholas Frey, Louis Davin, Lusia Priska, Claudia Diva, Rafaela Mulat, Jessica Adristi sebagai teman-teman penulis sejak SMP yang berjuang bersama di Atma Jaya Yogyakarta.
  14. Seluruh responden Alas House Purwokerto yang telah berbesar hati untuk meluangkan waktu membantu dalam proses penulisan skripsi ini.

15. Sherly Meliana Geraldine, *last but not least, I wanna thank me!* Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri saya sendiri karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah serta menikmati setiap proses yang dijalani, karena ini baru awal dari semuanya.

Skripsi yang tidak luput dari kesalahan ini tersimpan harapan yang dimiliki penulis yang dapat memberikan manfaat berupa ilmu pengetahuan kepada berbagai pihak. Penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 1 Juni 2024

Penulis



Sherly Meliana Geraldine

## **MOTTO**

**Jangan takut, percaya saja!**

**(Markus 5:36)**



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
MOTTO .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Pembatasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian .....	12
1.5. Manfaat Penelitian .....	13
1.6. Sistematika Penulisan .....	14
BAB II.....	1
TINJAUAN PUSTAKA .....	1
2.1. Persepsi Kelayakan Harga ( <i>Perceived Price Justice</i> ).....	1
2.2. Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	3
2.3. Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	7
2.4. Niat Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ).....	10
2.5. Penelitian Terdahulu .....	12

2.6. Pengembangan Hipotesis .....	19
2.6.1. Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	19
2.6.2. Kepuasan Pelanggan dan Niat Berkunjung Kembali.....	20
2.6.3. Persepsi Kelayakan Harga dan Loyalitas Pelanggan .....	20
2.6.4. Persepsi Kelayakan Harga dan Niat Berkunjung Kembali .....	21
2.6.5. Niat Berkunjung Kembali dan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.6.6. Niat Berkunjung Kembali sebagai Variabel Mediasi.....	22
2.7. Kerangka Penelitian .....	24
BAB III .....	25
METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1. Jenis Penelitian .....	25
3.2. Objek, Subjek dan Tempat Penelitian.....	25
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.3.1. Populasi Penelitian.....	26
3.3.2. Sampel Penelitian .....	26
3.3.3. Teknik Pengumpulan Sampel .....	27
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5. Definisi Operasional .....	29
3.6. Metode Pengukuran Data.....	30
3.7. Metode Analisis Data.....	31
3.7.1. Statistik Deskriptif .....	31
3.7.2. Pengujian Instrumen.....	32
3.7.3. Metode Analisis .....	33
BAB IV .....	38
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	38

4.1. Hasil Statistika Deskriptif .....	38
4.1.1 Analisis Profil Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung di Alas House Purwokerto.....	38
4.1.2. Analisis Profil Responden Berdasarkan Demografi .....	39
4.2. Analisis Deskriptif.....	41
4.2.1. Analisis Deskriptif Variable Persepsi Kelayakan Harga ( <i>Perceived Price Justice</i> ) .....	41
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kepuasan Pelanggan ( <i>Consumer Satisfaction</i> ) .....	42
4.2.3. Analisis Deskriptif Variable Persepsi Niat Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	43
4.2.4. Analisis Deskriptif Variable Persepsi Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> )	44
4.3. Hasil Analisis Data Menggunakan <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i> (SEM-PLS) .....	45
4.3.1. Merancang Model Struktural .....	45
4.3.2. Merancang Model Struktural ( <i>Outer Model</i> ).....	45
4.3.3. Mengevaluasi Uji Validitas ( <i>Convergen Validity</i> ).....	47
4.3.4. Mengevaluasi Uji Validitas ( <i>Discriminant Validity</i> ).....	48
4.3.5. Mengevaluasi Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> ) .....	49
4.3.6. Mengevaluasi Uji Reliabilitas ( <i>Cronbach Alpha</i> ) .....	50
4.3.7. Mengevaluasi Terhadap Model Pengukuran: <i>Inner Model</i> .....	50
4.4. Pengujian Hipotesis .....	51
4.5. Pembahasan Hipotesis .....	57
4.5.1. Persepsi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
4.5.2. Persepsi Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Berkunjung Kembali	59

4.5.3.	Persepsi Kelayakan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan .....	60
4.5.4.	Persepsi Kelayakan Harga terhadap Niat Berkunjung Kembali .....	61
4.5.5.	Niat Berkunjung Kembali terhadap Loyalitas Pelanggan .....	62
4.5.6.	Niat Berkunjung Kembali sebagai Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	63
4.5.7.	Niat Berkunjung Kembali sebagai Variabel Mediasi Persepsi Kelayakan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan .....	64
BAB V	.....	66
PENUTUP	.....	66
5.1.	Kesimpulan .....	66
5.2.	Implikasi Manajerial .....	67
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	69
5.4.	Saran Penelitian Kedepannya .....	70
DAFTAR PUSTAKA	.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Konsumsi Kopi Nasional di Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Coffee shop Alas House.....	4
Gambar 1.3. Tampilan Makanan dan Minuman di coffee shop Alas House Purwokerto .....	6
Gambar 1.4. Tampilan Makanan dan Minuman di coffee shop Alas House Purwokerto .....	9
Gambar 1.5. Tampilan Acara Seni Lintas Dimensi Pseudo Retrograde .....	9
Gambar 1.6. Tampilan Acara Musik Elektronik Kolaborasi dengan Nosense .....	9
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian, diadaptasi oleh Cakici et al. (2019). .....	24
Gambar 3.1. Alur Analisis Pengelompokan Mediasi.....	37
Gambar 4.1. Model Struktural dan Model Pengukuran .....	50
Gambar 4.2. Peran Niat Berkunjung Kembali Sebagai Mediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	57
Gambar 4.3. Peran Niat Berkunjung Kembali Sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Kelayakan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Usaha Rumah Makan Menurut Provinsi di Indonesia.....	2
Tabel 1.2. Daftar Menu di Coffee Shop Alas House Purwokerto.....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1. Definisi Operasional .....	29
Tabel 3.2. Pembagian Kelas Interval .....	31
Tabel 4.1. Jumlah Responden yang Pernah Berkunjung ke Alas House Purwokerto .....	38
Tabel 4.2. Karakteristik Demografi Responden.....	39
Tabel 4.3. Hasil Analisis Deskriptif Variable Persepsi Kelayakan Harga.....	41
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variable Persepsi Kepuasan Pelanggan .....	42
Tabel 4.5. Hasil Analisis Deskriptif Variable Persepsi Niat Berkunjung Kembali .....	43
Tabel 4.6. Hasil Analisis Deskriptif Variable Persepsi Loyalitas Pelanggan .....	44
Tabel 4.7. Indikator Variabel Laten .....	50
Tabel 4.8. Nilai Loading Factor / Outer Loadings .....	51
Tabel 4.9. Nilai Average Variance Extracted .....	52
Tabel 4.10. Nilai Fornell Larcker Crietion .....	52
Tabel 4.11. Nilai Cross Loading .....	53
Tabel 4.12. Nilai Composite Reliability .....	49
Tabel 4.13. Nilai Composite Reliability .....	50
Tabel 4.14. Nilai R-Square Adjusted .....	50
Tabel 4.15. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ) .....	51
Tabel 4.16. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Special Indirect Effect</i> )....	53
Tabel 4.17. Kesimpulan Hasil Pengujian Variabel Kepuasan Pelanggan.....	54
Tabel 4.18. Kesimpulan Hasil Pengujian Variabel Persepsi Kelayakan Harga....	56
Tabel 4.19. Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1. Surat Pengantar Permohonan Ijin Penelitian Alas House Purwokerto .....	77
Lampiran 2.1. Permohonan Data Grafik Pertumbuhan Coffee Shop di Kabupaten Banyumas.....	71
Lampiran 3.1. Lampiran Permohonan Responden Alas House Purwokerto .....	72
Lampiran 4.1. Draft Kuesioner .....	80
Lampiran 5.1. Kuesioner ( <i>Google Form</i> ) .....	85
Lampiran 6.1. Daftar Responden dan Jawaban Pertanyaan.....	92
Lampiran 7.1. Hasil Olah Data SEM-PLS .....	125
Lampiran 8.1. Jurnal Acuan .....	128

**PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS: EFEK MEDIASI DAN NIAT BERKUNJUNG  
KEMBALI**

**Sherly Meliana Geraldine**

**Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.**

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Niat Berkunjung Kembali seseorang sangat penting bagi perusahaan terutama industri *coffee shop* dalam mempertahankan Loyalitas Pelanggan. Keadaan ini mengharuskan *coffee shop* untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat pelanggan memiliki Niat Berkunjung Kembali melalui Persepsi Kelayakan Harga dan Kepuasan Pelanggan. Jumlah responden sebanyak 223 responden yang merupakan orang yang pernah berkunjung ke Alas House paling tidak sebanyak 2 kali. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* melalui *Google Form* dan *skala likert 7 poin*. Data sampel dianalisis melalui *SmartPLS 3.0*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali, Persepsi Kelayakan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, Persepsi Kelayakan Harga berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali, Niat Berkunjung Kembali berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Niat Berkunjung Kembali sebagai mediasi, dan Persepsi Kelayakan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Niat Berkunjung Kembali sebagai mediasi.

Kata Kunci: Persepsi Kelayakan Harga, Kepuasan Pelanggan, Niat Berkunjung Kembali, dan Loyalitas Pelanggan.