

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TEMPAT, DAN KEWAJARAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
KAFFE LESTARI CORNER**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana**

**Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

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



**Disusun Oleh:**

**Maria Wahyu Christiana**

**NPM: 20 03 25748**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Skripsi**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TEMPAT, DAN  
KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN KAFE LESTARI CORNER**

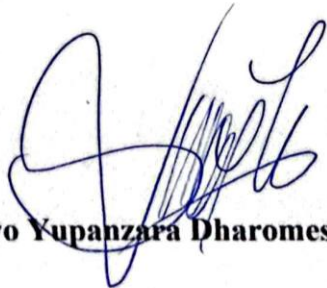
**Disusun Oleh:**

**Maria Wahyu Christiana**

**NPM: 20 03 25748**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



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

**7 Juni 2024**

**Skripsi**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TEMPAT, DAN KEWAJARAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
KAFFE LESTARI CORNER**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

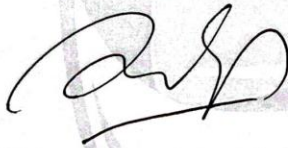
**Maria Wahyu Christiana**

**NPM: 20 03 25748**

**Telah dipertahankan dan disetujui di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 1 Juli 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen**

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

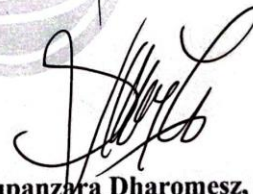


**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, M.Sc. Ph.D.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**



**Vonezyo Yupanzara Dharomesz, SE., MBA.**

**Yogyakarta, 1 Juli 2024**

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



**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, M.Sc. Ph.D**

**FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

## PERNYATAAN

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

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TEMPAT, DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN KAFE LESTARI CORNER**

Saya menyatakan bahwa karya ini sepenuhnya hasil pekerjaan saya sendiri. Setiap pernyataan, ide, atau kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang berasal dari tulisan atau gagasan orang lain telah dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada bagian daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh akan dinyatakan batal dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Juni 2024

Penulis



Maria Wahyu Christiana

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Tempat, Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Kafe Lestari Corner”. Skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak pihak telah memberikan bantuan, dukungan, dan bimbingan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Saya mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan penyertaan-Nya selama proses penyusunan skripsi ini. Dengan rahmat-Nya, saya telah diberi hikmat, kekuatan, dan ketekunan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dengan rasa syukur yang mendalam, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya, Andreas Purwadi dan Sri Haryani atas cinta, dukungan, dan doa yang tiada henti. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan dorongan yang telah kalian berikan sepanjang perjalanan akademis saya. Tanpa dukungan dan kasih sayang yang kalian berikan, saya tidak akan mampu mencapai titik ini. Skripsi ini saya dedikasikan sebagai bentuk rasa hormat dan cinta kepada kalian.
3. Saya mengucapkan terima kasih kepada bapak Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A., selaku dosen pembimbing skripsi, atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, waktu, dan pengetahuan yang telah Anda berikan, serta masukan dan kritik yang konstruktif yang sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.

Bimbingan dan dedikasi Anda sangat berarti bagi saya dan telah menjadi inspirasi untuk terus belajar dan berkembang.

4. Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak manajemen kafe Lestari Corner yang telah memberikan izin untuk tempat melakukan penelitian dengan menitipkan lembar barcode kuesioner di kasir agar dapat di isi oleh para pelanggan kafe Lestari Corner. Tanpa bantuan dan partisipasi mereka penelitian ini tidak akan terwujud dengan baik.
5. Terima kasih juga kepada diri sendiri, karena mampu berjalan sejauh ini dengan berbagai kondisi selama kuliah dan tetap tekun hingga akhirnya dapat menyelesaikan perkuliahan ini hingga tahap wisuda.
6. Teman-teman kuliah tercinta yang telah mewarnai perjalanan selama berkuliah di Atma Jaya Yogyakarta selama ini, Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah menjadi teman dalam berbagi suka dan duka selama hidup di perantauan. Semoga persahabatan dan hubungan baik kita tetap terjaga dan terus berkembang di masa mendatang.
7. Seluruh dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama saya berkuliah. Terimakasih atas kesabaran dan dedikasi yang telah kalian berikan sehingga dapat menjadi bekal berharga bagi peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti berharap untuk menerima kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa depan. Terakhir, peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membacanya.

Penulis  
Maria Wahyu Christiana

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Kualitas Pelayanan ( <i>Service Quality</i> ) .....	8
2.1.2 Suasana Tempat ( <i>Store Atmosphere</i> ).....	9
2.1.3 Kewajaran Harga ( <i>Price Fairness</i> ).....	10
2.1.4 Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	11
2.1.5 Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	18
2.3.2 Pengaruh Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3.3 Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	20
2.4 Kerangka Penelitian .....	21

<b>BAB III.....</b>	<b>22</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	22
3.1.1 Jenis Penelitian .....	22
3.1.2 Desain Penelitian .....	23
3.2 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian .....	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	24
3.3.1 Metode Sampling .....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.5 Definisi Operasional.....	26
3.6 Pengukuran Data .....	31
3.7 Metode Analisis Data .....	31
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	31
3.7.2 Metode Analisis Data PLS - SEM.....	32
3.7.2.1 Analisis <i>Outer Model</i> .....	33
3.7.2.2 Analisis <i>Inner Model</i> .....	34
3.7.2.3 Uji Hipotesis .....	35
<b>BAB IV .....</b>	<b>36</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1 Hasil Statistika Deskriptif .....	36
4.1.1 Distribusi Data .....	36
4.1.2 Profil Responden.....	37
4.2 Analisis Deskriptif.....	40
4.3 Analisis <i>Partial Least Squared (PLS)</i> – SEM.....	45
4.3.1 Analisis <i>Outer Model</i> .....	46
4.3.1.1 <i>Convergent Validity Test</i> .....	47
4.3.1.2 <i>Discriminant Validity Test</i> .....	51
4.3.2 Analisis <i>Inner Model</i> .....	53
4.4 Pengujian Hipotesis .....	55
4.5 Pembahasan Hipotesis .....	56
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	56



4.5.2 Pengaruh Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	57
4.5.3 Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	57
4.5.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	58
<b>BAB V.....</b>	<b>59</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>59</b>
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi Manajerial.....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	62
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN.....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1. Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.2 Pengukuran <i>Skala Likert</i> .....	31
Tabel 4.1. Distribusi Data Kuesioner .....	36
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden .....	37
Tabel 4.3. Usia Responden.....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	39
Tabel 4.5. Karakteristik Pendapatan per bulan Resonden.....	40
Tabel 4.6. Nilai Mean Variabel <i>Service Quality</i> .....	40
Tabel 4.7. Nilai Mean Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	42
Tabel 4.8. Nilai Mean Variabel <i>Price Fairness</i> .....	43
Tabel 4.9. Nilai Mean Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	43
Tabel 4.10. Nilai Mean Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	44
Tabel 4.11. <i>Outer Model</i> (Pengujian Pertama).....	47
Tabel 4.12. <i>Outer Model</i> (Pengujian Kedua) .....	47
Tabel 4.13. <i>Average Variance Extraced (AVE)</i> .....	51
Tabel 4.14. <i>Fornell Larcker Criterion</i> .....	51
Tabel 4.15. <i>Cronbach Alpha and Composite Reliability Values</i> .....	52
Tabel 4.16. Nilai dari <i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	53
Tabel 4.17. Nilai dari <i>F-Square (F<sup>2</sup>)</i> .....	54
Tabel 4.18. <i>Path Coefficien</i> .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik jumlah <i>Scrapping</i> Google Maps.....	2
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	21
Gambar 4.1. Model Struktural.....	46
Gambar 4.2. Model Konstruk.....	47
Gambar 4.3. Konstruk <i>Bootstrapping</i> .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner .....	71
Lampiran 3 Hasil Olah Data PLS-SEM.....	118
Lampiran 4 Jurnal Penelitian Utama.....	127

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, SUASANA TEMPAT DAN KEWAJARAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
KAFFE LESTARI CORNER**

**Disusun Oleh:**

**Maria Wahyu Christiana**

**NPM: 20 03 25748**

**Pembimbing**

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

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, suasana tempat, dan kewajaran harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan, serta bagaimana dampaknya terhadap tingkat loyalitas pelanggan di kafe Lestari Corner. Untuk mencapai tujuan ini, dilakukan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner *online* menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 290 orang yang mengisi survei ini. Namun, untuk memastikan validitas data, sebanyak 16 responden dikecualikan dari analisis karena tanggapan mereka tidak memenuhi kriteria partisipasi yang telah ditetapkan. Dengan demikian, data yang dianalisis adalah dari 274 responden yang dianggap valid. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0 dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan, suasana tempat, dan kewajaran harga dengan tingkat kepuasan pelanggan kafe Lestari Corner, serta bahwa tingkat kepuasan pelanggan tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan di kafe Lestari Corner.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Suasana tempat, Kewajaran Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan