



**Pengaruh Kualitas produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen  
(Studi Kasus pada Peacockoffie Gombel di Kota Semarang)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Program Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh**

**SHANIA AULIA RAHMA**

**14020217140004**

**DEPARTEMEN ADMINSTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2021**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

### **KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shania Aulia Rahma

NIM : 14020217140004

Departemen : Adminstrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

#### **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Peacockoffie Gombel Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya iliah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjana)

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 4 Agustus 2021

Pembuat pernyataan,



Shania Aulia Rahma

NIM. 14020217140004

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas  
Konsumen (Studi Kasus pada Peacockoffie Gombel  
Semarang)  
Nama penyusun : Shania Aulia Rahma  
NIM : 14020217140004  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata  
I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro.

Semarang, 4 Agustus 2021

Dekan

Dr.Drs Hardi Warsono,M.TP  
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I

Dr.Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin  
NIP. 196908221994031003

**Dosen Pembimbing**

Drs. Agus Hermani DS,. MM

(.....

Dr. Drs. Ngatno, MM

(.....

**Dosen Penguji**

Dr. Reni Shinta Dewi. S.Sos,  
M.Si

(.....

Dr. Drs. Ngatno, MM

(.....

Drs. Agus Hermani DS,. MM

(.....

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Hidup itu bukan seperti sedang berlari SPRINT, melainkan MARATHON karena setiap orang punya *track* masing-masing. Jadi nikmati segala prosesnya dan sertakan Allah di dalamnya”

### PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah swt. skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan setiap saat. Semoga dengan menyelesaikan skripsi ini penulis dapat membanggakan dan membahagiakan hati Ayah dan Ibu.
2. Kakak saya dan istrinya, Mas Isnu dan Mbak Mita, yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah dan selalu membantu membimbing selama proses penyusunan skripsi
3. Dosen pembimbing I dan II saya, Bapak Agus Hermani dan Bapak Ngatno yang selalu membimbing dalam proses penyusunan skripsi
4. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan perkuliahan
5. Manajer Operasional Peacockoffie Gombel, Mas Yusuf, yang sudah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga skripsi ini mungkin asanya
6. Teman-teman Administrasi Bisnis 2017 yang selalu menemani saat senang, sedih, marah, kecewa, semasa awal perkuliahan hingga saat ini.
7. Teman-teman terdekat saya, Fani, Indina, Talitha, Fika dan yang lainnya yang tidak henti-hentinya selalu memberikan dorongan dan bantuan selama proses penyelesaian skripsi ini.
8. Himpunan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis periode 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020 yang sudah mengajarkan banyak hal mengenai kehidupan kampus dan berorganisasi. Khususnya BPH Laskar Aguna.
9. Bigel, Yuan, Ayu yang sudah mengajari cara menjalankan sebuah project hingga mendapatkan uang sendiri lewat @kosditembalang

10. Kak Khunaifa, Kak Titin, Kak Dico, Kak Sri, dan kakak-kakak 2016 yang lainnya yang berkenan menjadi pembimbing saya dalam mengerjakan skripsi
11. Pemimpin.id yang sudah menjadi tempat belajar dan mengembangkan diri sembari menunggu revisian dari dosen pembimbing
12. Serta tak lupa Nichole, yang selalu menemani saya kemanapun, kapanpun, dan dimanapun.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN  
(Studi Kasus pada Peacockoffie Gombel Kota Semarang)**

**ABSTRAK**

Banyaknya usaha kedai kopi di Kota Semarang membuat pemilik kedai berlomba memenangkan persaingan. Salah satu caranya dengan memiliki tingkat loyalitas konsumen yang tinggi. Loyalitas konsumen yang tinggi dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang baik dan harga yang murah. Kenyataannya, tidak semua kedai kopi memiliki loyalitas yang tinggi termasuk Peacockoffie Gombel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Peacockoffie Gombel. Tipe penelitian ini yaitu *explanatory research* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada 100 orang responden yang pernah melakukan pembelian pada Peacockoffie Gombel minimal 3 kali. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan aplikasi SPSS 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, begitu juga dengan harga yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, serta terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen. Adapun saran yang diberikan kepada pihak Peacockoffie Gombel pada aspek kualitas produk perlu adanya peningkatan utamanya dari segi keberagaman menu, penampilan dalam penyajian minuman dan makanan, serta kekhasan rasa dan aroma minuman dan makanan agar mampu memuaskan keinginan konsumen dengan cita rasa dan penampilan yang mengundang selera. Pada aspek harga perlu adanya variasi harga agar lebih mampu bersaing dengan kedai kopi lainnya. Sedangkan dari aspek loyalitas konsumen perlu adanya promosi berupa paket bundling agar konsumen bisa mencoba varian produk lain tanpa harus mengeluarkan uang yang lebih banyak, atau dengan pemberian nama yang unik pada varian menu agar menarik konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Konsumen

**THE IMPACT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER  
LOYALTY**  
**(Study case on Peacockoffie Gombel Semarang City)**

**ABSTRACT**

A lot of coffee shop businesses in the city of Semarang makes shop owners compete to win the competition. One way is to have a high level of consumer loyalty. High consumer loyalty can be influenced by the good product quality and low prices. In fact, not all coffee shops have high loyalty, including Peacockoffie Gombel. This study aims to determine the effect of product quality and price on consumer loyalty Peacockoffie Gombel. This type of research is explanatory research with a purposive sampling method. Data collection techniques were used by distributing questionnaires and interviewing 100 respondents who have made purchases at Peacockoffie Gombel at least 3 times. The data analysis method used is regression analysis using the SPSS 26.0 application. The results of this study indicate that product quality affects consumer loyalty and prices that affect consumer loyalty, and there is an influence between product quality and price on consumer loyalty. The suggestions given to Peacockoffie Gombel on product quality aspects need to be improved, especially in terms of menu diversity, appearance in the presentation of drinks and food, as well as the distinctive taste and aroma of drinks and food to be able to satisfy consumer desires with an appetizing taste and appearance. In terms of price, it is necessary to vary the price to be able to compete with other coffee shops. Meanwhile, from the aspect of consumer loyalty, there needs to be a promotion in the form of a bundling package so that consumers can try other product variants without having to spend more money, or by presenting a unique name on the menu variant to attract consumers.

Keywords: Product Quality, Price, Consumer Loyalty

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Peacockoffie Gombel Semarang)” ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi., M.Si., S.Sos selaku Ketua Prodi S-1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus selaku dosen wali dan dosen penguji III yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi
4. Drs. Agus Hermani DS, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Drs. Ngatno, MM selaku dosen penguji II yang telah membantu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

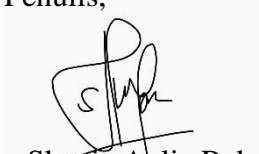


8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 4 Agustus 2021

Penulis,



Shania Aulia Rahma

NIM. 14020217140004

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI) .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	7
1.3.Tujuan Penelitian .....	12
1.4.Manfaat Penelitian .....	12
1.5.Kerangka Teori .....	13
1.6.Hipotesis .....	46
1.7.Definisi Konsep .....	47
1.8.Definisi Operasional .....	48
1.9.Metode Penelitian .....	50
BAB II GAMBARAN UMUM PEACOCKOFFIE GOMBEL DAN RESPONDEN PENELITIAN .....	65
2.1.Sejarah Singkat Peacockoffie .....	65
2.2.Visi, Misi, dan Logo Perusahaan .....	67

2.3.Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan .....	71
2.4.Identitas Responden .....	85
2.4.1.Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	85
2.4.2.Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden .....	86
2.4.3.Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan Responden.....	86
2.4.4.Identitas Responden Pendidikan Terakhir Responden .....	87
2.4.5.Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	88
2.4.6.Pendapatan Responden per Bulan .....	89
<b>BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PEACOCKOFFIE GOMBEL .....</b>	<b>90</b>
3.1.Uji Validitas .....	91
3.2.Uji Reliabilitas .....	98
3.3.Kualitas Produk pada Peacockoffie Gombel .....	99
3.3.1.Cita rasa minuman dan makanan yang ditawarkan Peacockoffie Gombel	100
3.3.2.Keragaman menu minuman dan makanan yang dimiliki Peacockoffie Gombel .....	101
3.3.3.Konsistensi rasa yang ditawarkan pada minuman dan makanan Peacockoffie Gombe .....	103
3.3.4.Kelayakan porsi pada minuman dan makanan yang disajikan Peacockoffie Gombel .....	104
3.3.5.Penampilan minuman dan makanan Peacockoffie Gombel .....	105
3.3.6.Kekhasan rasa dan aroma pada minuman dan makanan di Peacockoffie Gombel .....	107
3.3.7.Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk pada Peacockoffie Gombel .....	108
3.3.8.Kategorisasi Kualitas Produk pada Peacockoffie Gombel .....	110
3.4.Harga Peacockoffie Gombel .....	113
3.4.1.Daya saing harga sebanding dengan produk sejenis lainnya .....	114
3.4.2.Kesesuaian harga sebanding dengan kualitas produk .....	116
3.4.3.Kesesuaian harga dengan kemampuan daya beli konsumen.....	117

3.4.4.Kesesuaian harga dengan manfaat produk .....	119
3.4.5.Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Harga .....	120
3.4.6.Kategorisasi Harga pada Peacockoffie Gombel .....	121
3.5.Loyalitas Konsumen pada Peacockoffie Gombel .....	124
3.5.1.Melakukan pembelian ulang secara teratur .....	125
3.5.2.Melakukan pembelian pada lini produk lainnya .....	127
3.5.3.Memberikan referensi kepada orang lain .....	128
3.5.4.Keinginan untuk berpindah ke kedai lain .....	130
3.5.5.Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen pada Peacockoffie Gombel .....	131
3.5.6.Kategorisasi Loyalitas Konsumen .....	133
3.6.Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen .....	136
3.6.1.Koefisien Korelasi (Uji Korelasi) .....	137
3.6.2.Koefisien Determinasi .....	140
3.6.3.Regresi Linier Sederhana .....	141
3.6.4.Uji t .....	143
3.7.Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	145
3.7.1.Koefisien Korelasi (Uji Korelasi) .....	146
3.7.2.Koefisien Determinasi .....	149
3.7.3.Regresi Linier Sederhana .....	150
3.7.4.Uji t .....	151
3.8.Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	153
3.8.1.Koefisien Korelasi (Uji Korelasi) .....	155
3.8.2.Koefisien Determinasi .....	156
3.8.3.Regresi Linier Berganda .....	157
3.8.4.Uji F .....	160
3.9.Pembahasan .....	162
BAB IV PENUTUP .....	169

4.1.Kesimpulan .....	169
4.2.Saran .....	172
Daftar Pustaka .....	175
LAMPIRAN .....	179

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Penjualan Tahun 2016-2020 .....	8
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu .....	46
Tabel 1.3 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	61
Tabel 2.1 Jam Kerja Karyawan .....	79
Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden .....	85
Tabel 2.3 Usia Responden .....	86
Tabel 2.4 Status Perkawinan .....	87
Tabel 2.5 Pendidikan Terakhir Responden .....	87
Tabel 2.6 Pekerjaan Responden .....	88
Tabel 2.7 Pendapatan Responden .....	89
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Kaulitas Produk .....	93
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Harga .....	95
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	97
Tabel 3.4. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	98
Tabel 3.5. Cita rasa minuman dan makanan .....	101
Tabel 3.6. Keragaman minuman dan makanan .....	102
Tabel 3.7. Konsistensi minuman dan makanan .....	104
Tabel 3.8. Kelayakan minuman dan makanan .....	105
Tabel 3.9. Penampilan minuman dan makanan .....	106
Tabel 3.10. Kekhasan minuman dan makanan .....	107
Tabel 3.11. Nilai Rata-rata Indikator Variabel Kualitas Produk pada Peacockoffie Gombel .....	109
Tabel 3.12. Penilaian Variabel Kualitas Produk pada Peacockoffie Gombel .....	112
Tabel 3.13. Daya saing harga sebanding dengan produk sejenis lainnya .....	115
Tabel 3.14. Kesesuaian harga sebanding dengan kualitas produk .....	116
Tabel 3.15. Kesesuaian harga dengan kemampuan daya beli konsumen .....	118
Tabel 3.16. Kesesuaian harga dengan manfaat produk .....	119

Tabel 3.17. Nilai Rata-rata Indikator Variabel Harga pada Peacockoffie Gombel .....	120
Tabel 3.18. Penilaian Variabel Harga pada Peacockoffie Gombel .....	124
Tabel 3.19. Melakukan pembelian ulang secara teratur .....	126
Tabel 3.20. Melakukan pembelian pada lini produk lainnya .....	128
Tabel 3.21. Memberikan referensi kepada orang lain .....	129
Tabel 3.22. Keinginan untuk berpindah ke kedai lain .....	131
Tabel 3.23 Nilai Rata-rata Indikator Variabel Loyalitas Konsumen pada Peacockoffie Gombel .....	132
Tabel 3.24 Penilaian Variabel Loyalitas Konsumen pada Peacockoffie Gombel .....	135
Tabel 3.25 Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen .....	138
Tabel 3.26 Tabel Silang Variabel Kualitas Produk (X1) dan Loyalitas Konsumen (Y) .....	139
Tabel 3.27. Regresi Linier Sederhana Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen .....	141
Tabel 3.28. Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen .....	144
Tabel 3.30. Koefisien Korelasi Harga dan Loyalitas Konsumen .....	147
Tabel 3.31. Tabel Silang Variabel Harga (X2) dan Loyalitas Konsumen (Y) .....	148
Tabel 3.32. Regresi Linier Sederhana Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	150
Tabel 3.33. Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	153
Tabel 3.34. Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	156
Tabel 3.35. Regresi Linier Berganda Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	158
Tabel 3.36. Uji F Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	161
Tabel 3.37. Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	162

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Review Konsumen dari Google Review .....	6
Gambar 2.1 Logo Peacockoffie .....	71
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Peacockoffie .....	74