

**ANALISIS HARGA, PELAYANAN, DAN CITA RASA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN “WARUNG SUMBER” DI KECAMATAN
BADAS KABUPATEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :

ENI LISA'ADAH

2112010367

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2025

Skripsi Oleh:

ENI LISA'ADAH

NPM: 2112010367

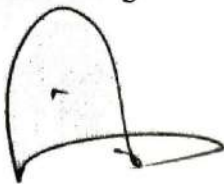
Judul:

**ANALISIS HARGA, PELAYANAN, DAN CITA RASA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN “WARUNG SUMBER” DI KECAMATAN
BADAS KABUPATEN KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 26 Juni 2025

Pembimbing I



Dr. Subagyo, M. M

NIDN.0717066601

Pembimbing II



Rony Kurniawan, M.M

NIDN. 0730076804

Skripsi Oleh :

ENI LISA'ADAH

NPM : 2112010367

Judul :

**ANALISIS HARGA, PELAYANAN, DAN CITA RASA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN “WARUNG SUMBER” DI KECAMATAN
BADAS KABUPATEN KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

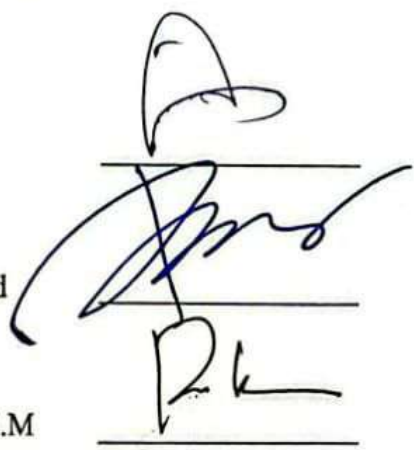
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Pada tanggal: 10 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

- | | |
|------------------|-----------------------|
| 1. Ketua Penguji | : Dr. Subagyo, M.M |
| 2. Penguji I | : Rino Sardanto, M.Pd |
| 3. Penguji II | : Rony Kurniawan, M.M |



Mengetahui,

Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si

NIDN.0715078102

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Eni Lisa'adah

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat /tanggal lahir : Kediri/13 Februari 2003

NPM : 2112010103

Fakultas : FEB

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 04 Juli 2025

Yang Menyatakan



Eni Lisa'adah

NPM: 2112010367

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai
dengan kesanggupannya”

Q.S AL-Baqarah: 286

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan,
jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan
perjuangan mereka menghidupimu”

“Setiap tetes keringat ibu adalah alasan untuk tidak menyerah”

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. **Pintu Surgaku, Ibunda Istiqomah tercinta.** Sosok wanita tangguh yang telah menjalani peran ganda sebagai ibu dan ayah dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, dan doa-doa yang tiada henti. Semangat dan kasih sayang Ibu menjadi sumber motivasi terbesar bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini.
2. **Nenek dan Kakek tersayang, Mak Liumah dan Mbah Katiman.** Yang dengan penuh kasih telah merawat dan membesarkan penulis sejak kecil. Terima kasih atas kesabaran, perhatian, serta cinta yang tulus telah menjadi fondasi penting dalam perjalanan hidup dan pendidikan penulis hingga saat ini.
3. **Seseorang yang Istimewa.** Terima kasih atas semangat, pengertian, serta kesediaan untuk menunggu dan membersamai penulis dalam proses ini, termasuk dalam mendampingi proses penyusunan skripsi hingga larut malam menjelang pagi. Dukungan moril yang tulus turut membantu penulis melewati proses penyusunan skripsi ini dengan lebih baik.
4. **Diri saya, Eni Lisa'adah.** Sebagai bentuk apresiasi atas keteguhan hati, usaha yang tidak kenal lelah, dan keberanian untuk tetap melangkah meskipun menghadapi berbagai tantangan. Terima kasih telah bertahan sejauh ini dan tidak pernah menyerah dalam mencapai tujuan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, Karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Analisis Harga, Pelayanan, Cita Rasa terhadap Loyalias Konsumen Warung Sumber di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri” ini ditulis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen UN PGRI Kediri. Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri, yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat kepada para mahasiswa, termasuk penulis, dalam menempuh pendidikan.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, atas segala dukungan dan arahnya selama proses studi berlangsung.
3. Ibu Restin Meilina, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, atas bimbingan dan perhatiannya selama penulis menempuh pendidikan di program studi ini.
4. Dr. Subagyo, M.M, selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar memberikan petunjuk, masukan, serta bimbingan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Rony Kurniawan, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II, atas segala arahan, saran, dan motivasi yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, atas ilmu, pengalaman, dan inspirasi yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, semangat, serta dukungan moril dan materil, yang menjadi kekuatan utama penulis dalam menyelesaikan studi ini.
8. Teman dan sahabat penulis, pemilik NPM 2113030002, 2112010310, dan 2112010321 yang telah dengan sabar mengajarkan, membantu, serta setia kebersamaan penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

9. Pihak Warung Sumber, yang telah bersedia menjadi objek penelitian, serta para responden, yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan data yang sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini.
10. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuan dan kontribusinya dalam menyelesaikan proposal dan skripsi ini.

Disadari bahwa proposal penelitian ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhir kata, semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kediri, 26 Juli 2025



ENI LISA'ADAH

NPM.2112010367

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Loyalitas Pelanggan.....	8
2. Harga.....	12
3. Pelayanan	14
4. Cita rasa	16
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Berpikir.....	20
D. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Desain Penelitian	22
1. Pendekatan Penelitian	22
2. Teknik Penelitian	22
B. Variabel Penelitian.....	22
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	22
2. Definisi Operasional Variabel.....	23
C. Prosedur Penelitian	26
D. Tempat Dan Waktu Penelitian	27
1. Tempat Penelitian	27
2. Waktu Penelitian.....	27
E. Populasi Dan Sampel	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel	28
F. Instrumen Penelitian	28
1. Pengembangan Instrumen.....	28
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	30
G. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Sumber Data.....	32
2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
H. Teknik Analisis Data.....	33
1. Analisis Deskriptif	33
2. Uji Asumsi Klasik.....	34
3. Uji Regresi Linier Berganda	35

4. Koefisien Determinasi (R^2).....	36
5. Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	39
1. Gambaran Umum Hasil Penelitian	39
2. Karakteristik Responden	40
B. Deskripsi Data Penelitian.....	41
C. Hasil Analisis Data	51
1. Uji Asumsi Klasik.....	51
2. Analisis Regresi Linier Berganda	56
3. Uji Koefisien Determinasi	58
4. Pengujian Hipotesis	59
D. Pembahasan.....	62
1. Pengaruh Harga terhadap loyalitas Konsumen	62
2. Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	62
3. Pengaruh Kualitas Rasa terhadap Loyalitas Konsumen.....	63
4. Pengaruh Harga, Pelayanan dan Kualitas Rasa terhadap Loyalitas Konsumen.....	64
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Implikasi	65
C. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	30
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Angket Penelitian.....	30
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 3 Interval kelas	42
Tabel 4. 4 Data Variabel Loyalitas Konsumen	43
Tabel 4. 5 Data Variabel Harga	45
Tabel 4. 6 Data Variabel Pelayanan.....	47
Tabel 4. 7 Data Variabel Kualitas Rasa	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linieritas Variabel Pelayanan.....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Rasa	56
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial)	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	21
Gambar 3. 1 Prosedur penelitian.....	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	51
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian	74
Lampiran 2 Data Tabulasi Kuisisioner	79
Lampiran 3 Hasil Pengujian Validitas	83
Lampiran 4 Hasil Pengujian Reliabilitas	84
Lampiran 5 Karakteristik Responden	84
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel	85
Lampiran 7 Output Analisis Data SPSS	87
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian	90
Lampiran 9 Berita Acara Kemajuan Pembimbingan	91

ABSTRAK

Eni Lisa'adah Analisis Harga, Pelayanan dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen Warung Sumber di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri

Kata Kunci : Harga, Pelayanan, Cita Rasa, Loyalitas Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, pelayanan, dan cita rasa terhadap loyalitas konsumen pada Warung Sumber di Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri. Latar belakang penelitian ini didasari oleh persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, sehingga dibutuhkan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden yang merupakan pelanggan tetap. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, variabel harga, pelayanan, dan kualitas rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Di antara ketiga variabel tersebut, kualitas rasa memiliki pengaruh dominan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa Warung Sumber perlu menjaga konsistensi cita rasa, meningkatkan pelayanan, serta menetapkan harga yang wajar agar mampu mempertahankan loyalitas konsumennya dalam jangka panjang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Banyak aspek kehidupan yang berubah di era globalisasi ini., termasuk gaya hidup masyarakat. Kebiasaan menikmati kopi di *coffee shop* telah berkembang menjadi suatu bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia, terlihat dari kalangan generasi Z, generasi milenial hingga orang dewasa yang mulai menjadikan kafe atau *coffe shop* sebagai tempat untuk bersantai, mengerjakan tugas, atau menyelesaikan pekerjaan. Setiap kafe dan *coffe shop* tentunya berharap konsumen melakukan pembelian ulang secara berkelanjutan. *Coffe shop* kini menjadi tempat populer yang dapat diakses oleh semua kalangan tanpa batasan usia. Kafe juga berfungsi sebagai tempat berkumpul untuk menikmati hidangan bersama teman atau keluarga.

Peningkatan jumlah pengunjung membuat industri *coffee shop* semakin menarik perhatian para pelaku usaha. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa bisnis di sektor tersebut memiliki prospek yang menjanjikan, dengan rata-rata margin keuntungan yang dapat mencapai 35–40 persen dari total penjualan (Munawaroh & Widuri, 2022). Di Kabupaten Kediri sendiri, terdapat banyak *coffee shop* yang telah didesain dengan baik, dan para pengusahnya memberikan nama-nama unik untuk menarik perhatian. Selain itu, mereka juga melakukan berbagai bentuk inovasi, baik pada aspek produk maupun pada elemen lainnya yang mendukung pengembangan usaha juga desain interior, guna menambah daya tarik bagi pelanggan. Upaya ini didasarkan pada harapan agar pembeli memanfaatkan kafe sebagai lokasi berfoto yang dapat dibagikan di media sosial dan menjadi tempat yang nyaman untuk para pengunjung.

Warung sumber adalah salah satu *coffe shop* yang sekarang lagi *hype* di kabupaten Kediri tepatnya di Jl. Manyar, Mangiran, Lamong, Kec. Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64216. Warung Sumber merupakan *coffe shop* yang bernuansa alami bersebelahan dengan Sumber Urung-urung Mangiran yang menyajikan makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau serta menyediakan ruang yang nyaman serta tenang.

Meskipun Warung Sumber tergolong baru, namun dalam waktu singkat mampu menarik perhatian masyarakat secara luas. Hal ini terlihat dari tingginya animo pengunjung setiap hari, bahkan sering kali menyebabkan antrean atau daftar tunggu (*waiting list*). Fenomena ini menandakan bahwa Warung Sumber memiliki keunggulan tersendiri yang membuat konsumen rela menunggu demi mendapatkan pelayanan dan produk dari tempat tersebut.

Persaingan yang semakin ketat dalam bidang usaha sejenis membuat para pelaku bisnis harus terus berinovasi. Meskipun harga, pelayanan, dan cita rasa yang ditawarkan sangat beragam, konsumen tetap mengharapkan pelayanan yang maksimal. Oleh karena itu, untuk membangun loyalitas konsumen, pelaku usaha perlu memberikan harga yang terjangkau, pelayanan yang memuaskan, serta cita rasa yang unggul agar mampu menarik minat konsumen secara berkelanjutan. Hasil penelitian Lestari et al., (2023) melegitimasi sebuah asumsi bahwasannya aspek pelayanan punya dampak yang besar dan kuat pada kepuasan pelanggan di usaha *coffee shop*.

Keberhasilan sebuah *coffee shop* dalam mempertahankan loyalitas konsumen merupakan aspek yang sangat krusial. Loyalitas konsumen sendiri didefinisikan sebagai komitmen yang kuat dari konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa di masa mendatang (Yunaida, 2018). Dalam upaya menciptakan loyalitas tersebut, perusahaan dapat menerapkan strategi berupa penyediaan produk dengan cita rasa yang unggul, penetapan harga yang terjangkau sesuai dengan segmen pasar, serta pemberian pelayanan yang berkualitas dan memuaskan (Chaeriah, 2016).

Menurut Munawaroh & Widuri, (2022), Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu merumuskan dan menerapkan strategi yang tepat guna mempertahankan loyalitas pelanggan, agar mereka tidak beralih kepada pesaing. Pelanggan yang memiliki loyalitas cenderung melakukan pembelian secara berulang, meskipun tersedia berbagai pilihan *coffee shop* dengan keunggulan dan kekurangannya masing-masing. Oleh karena itu, konsumen yang loyal dapat dianggap sebagai aset berharga yang berkontribusi terhadap peningkatan penjualan (Munawaroh & Widuri, 2022) Selain itu, pelanggan yang loyal juga berpotensi memberikan promosi dari mulut ke mulut yang

positif kepada orang-orang di sekitarnya. Berdasarkan hal tersebut, loyalitas pelanggan menjadi salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh para pelaku usaha *coffee shop*, karena keberadaannya memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlangsungan dan keuntungan bisnis.

Terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen, salah satunya adalah aspek harga. Harga yang ditawarkan kepada konsumen adalah komponen utama untuk mendapatkan konsumen yang loyal. Harga yang dirasakan oleh konsumen dapat diukur melalui persepsi kewajaran harga (*price fairness*). Kewajaran harga (*price fairness*) mengevaluasi apakah suatu harga wajar, dapat diterima, dan adil. (Gujarati & Porter, 2010). Pelanggan *coffee shop* menggunakan kewajaran harga sebagai metrik utama untuk mengevaluasi seberapa baik keuntungan yang dirasakan dari produk dan biayanya seimbang. Penelitian oleh Puspitasari (2024) mendapatkan hasil penelitian yang mendukung bahwasannya harga mempunyai efek yang positif terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas akan dipengaruhi oleh seberapa adil harga tersebut dibandingkan dengan keuntungan dari barang yang dikonsumsi.

Selain harga, kualitas pelayanan juga mempengaruhi loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan merujuk pada tingkat mutu layanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka (Winayaputra & Trisnawati, 2024). Dalam situasi ini, kebahagiaan pelanggan dan kualitas layanan saling terkait. Sebuah bisnis yang dapat memberikan layanan berkualitas tinggi pada akhirnya akan membangun hubungan dengan pelanggan yang menguntungkan kedua belah pihak. Karena hubungan ini, bisnis tersebut lebih mampu memahami dan secara efisien memenuhi kebutuhan pelanggannya. (Estaswara et al., 2024). Sebagai entitas bisnis yang beroperasi dalam bidang *food and beverage*, layanan merupakan stimulus utama yang ditawarkan oleh pelaku usaha *coffee shop* kepada konsumennya.

Dalam konteks penyediaan jasa, pelaku usaha dituntut untuk menjalin interaksi secara langsung dengan pelanggan maupun mitra usaha lainnya. Salah satu aspek krusial dalam memberikan pelayanan yang optimal terletak pada sikap dan kemampuan karyawan dalam mentransfer informasi secara efektif (Permatasari et al., 2024). Dalam penelitian Purwaningsih & Gulö (2021),

kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga memberikan dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Gagih & Friita, 2022). Oleh karena itu, konsumen cenderung memilih *coffee shop* yang mampu menyajikan layanan berkualitas tinggi serta menciptakan pengalaman berkesan. Pengalaman positif tersebut pada akhirnya dapat membentuk dan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap *coffee shop* yang bersangkutan. (Munawaroh & Widuri, 2022).

Tidak hanya harga dan Dalam industri kuliner, selain aspek pelayanan, cita rasa juga memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas konsumen. Cita rasa merupakan suatu atribut yang mencakup unsur-unsur seperti rasa, penampakan, suhu, aroma, dan tekstur. Kelima unsur tersebut secara sinergis berinteraksi dengan pancaindra manusia, sehingga menciptakan pengalaman sensorik yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen terhadap produk makanan (Putra & Pratiwi, 2024). Dengan mempertimbangkan bagaimana lima indera manusia bekerja sama, rasa adalah metode untuk memilih makanan yang dapat dibedakan dari citarasanya. Kepuasan pelanggan akan meningkat ketika rasa yang ditawarkan memenuhi preferensi mereka (Jamal & Busman, 2021).

Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan industri *coffee shop* di Kabupaten Kediri, Warung Sumber dihadapkan pada tantangan yang tidak ringan. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha, termasuk Warung Sumber, untuk terus berinovasi dan mempertahankan posisinya di tengah banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen. Meskipun Warung Sumber menawarkan nuansa alami, harga terjangkau, serta suasana yang nyaman, tingginya ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan disertai dengan harapan akan harga yang adil merupakan faktor penting dalam menilai kepuasan mereka, dan cita rasa makanan serta minuman yang memuaskan. Jika ketiga aspek tersebut tidak dipenuhi secara konsisten, maka akan sulit bagi Warung Sumber untuk membangun loyalitas konsumen. Loyalitas ini menjadi kunci utama dalam menjaga keberlangsungan usaha, Hal ini disebabkan karena konsumen yang loyal tidak hanya terbatas pada tindakan melakukan pembelian ulang, melainkan juga berperan dalam memberikan Penyebaran informasi secara lisan yang positif. Sebab karena itu, diperlukan strategi yang tepat dalam

mengelola harga, pelayanan, dan kualitas rasa agar Warung Sumber mampu bersaing secara berkelanjutan di industri *coffee shop* yang semakin kompetitif.

Dengan berbagai hal yang telah peneliti sampaikan tersebut, Sehubungan dengan itu, riset ini dikemukakan penelitian dengan judul “Analisis Harga, Pelayanan dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen Warung Sumber di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dijabarkan maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut.

1. Persaingan dunia bisnis semakin ketat dalam bidang kuliner.
2. Harga, pelayanan dan cita rasa yang harus selalu diperhatikan
3. Kepuasan dan loyalitas konsumen menjadi faktor krusial untuk mempertahankan pelanggan di tengah maraknya produk sejenis.

C. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Warung Sumber?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Warung Sumber?
3. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Warung Sumber?
4. Apakah harga, pelayanan, dan cita rasa secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Warung Sumber?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di Warung Sumber
2. Untuk mengetahui dan menganalisis dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Warung Sumber

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh cita rasa terhadap loyalitas konsumen di Warung Sumber
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, pelayanan, dan cita rasa secara simultan terhadap loyalitas konsumen di Warung Sumber.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan sejumlah manfaat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah literatur ilmiah mengenai pengaruh harga, pelayanan, dan cita rasa terhadap loyalitas konsumen, khususnya di sektor usaha kuliner lokal.
- b. Memperkuat teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa harga dan cita rasa merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas konsumen.
- c. Memberikan sudut pandang baru bahwa pelayanan tidak selalu menjadi faktor dominan dalam memengaruhi loyalitas, tergantung pada konteks dan ekspektasi konsumen terhadap jenis usaha tertentu.
- d. Menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model atau variabel baru yang dapat memperkaya studi tentang loyalitas konsumen.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Pemilik Warung Sumber

Penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam mengambil keputusan strategis, terutama dalam menentukan harga yang sesuai dan menjaga cita rasa makanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Bagi Pelaku Usaha Kuliner Lain

Memberikan gambaran bahwa dalam membangun loyalitas konsumen, faktor harga dan rasa memiliki peranan penting yang perlu diperhatikan, sedangkan pelayanan perlu terus dievaluasi agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan dengan variabel yang sama maupun pengembangan variabel lain seperti promosi, suasana tempat, atau kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputri, D. A. P. K., & Wati, N. W. A. E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak. *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 467–487. <https://doi.org/10.32795/hak.v2i2.1567>
- Agustin, R. S. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Tahu Sadis Joyoboyo Kota Kediri. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 181–193. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i6.390>
- Alfajar, F. M., Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Jurnal Administration and Management Public Literation*, 1(1), 37–50.
- Altara, K. P., & Triyanto, E. (2023). Analisis Fakto-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Stie Surakarta) Oleh. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 310–324. <https://bnr.bg/post/101787017/bsp-za-balgaria-e-pod-nomer-1-v-buletinata-za-vota-gerb-s-nomer-2-pp-db-s-nomer-12>
- Anggraini, N. A. (2020). *Pengaruh Kecepatan Layanan dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Intermezzo Medan*. 2507(February), 1–9.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mie Bujuh Di klungkung. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Chaeriah, C. (2016). Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 45–56. [https://eprints.iain-surakarta.ac.id/2966/1/Yuliana Kusuma Wardani - Yuliana Kusuma Wardani.pdf%0A](https://eprints.iain-surakarta.ac.id/2966/1/Yuliana%20Kusuma%20Wardani%20-%20Yuliana%20Kusuma%20Wardani.pdf%0A)
- Destria, justitie, Suddin, A., & Widajanti, E. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Waffelio Franchise Di Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 13(3), 243 – 253.
- Dewi, A. A. ., & Samuel, H. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi Tei Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–9. www.surabaya.go.id
- Estaswara, H., Himam, M., & Salsabila, P. (2024). *Pelatihan Kualitas Pelayanan di Kafe Kilabret , Jakarta*. 4(6), 1537–1546.
- Fitria, N., Tinangon, J. J., & Afandi, D. (2023). Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Pada Badan Keuangan Dan Aset Daerah Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1308–1318. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.47157>

- Gagih, P., & Friita, P. (2022). Dampak Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Customer di Oma Kopi Depok. *Journal of Syntax Literate*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grönroos, C. (2006). Adopting a service logic for marketing. *Marketing Theory*, 6(3), 317–333. <https://doi.org/10.1177/1470593106066794>
- Gujarati, D., & Porter, D. (2010). *Pengaruh Price Fairness dan Service Quality Pada Customer Loyalitas Dengan Customer Saticfation Sebagai Variabel Pemediasi (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Ayam Resto di Surakarta*.
- Gujarati, & Porter. (2009). *Econometrics* :
- Hasniaty, H., & Natsir, M. (2023). Analisis Produk, Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Tenant Pada Graha Pena Office Building. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 362–373. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.317>
- Hendra, O. R. (2025). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Oxa Fashion Di Pasar Serpong Tangerang Selatan*. 3(2), 558–566.
- Indartini, N., & Mutmainah, L. (2024). Pengaruh Variabel Ekonomi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12, 45–53.
- Indriani, D. A., Sardanto, R., & Widodo, M. W. (2021). Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Di Pdam Kabupaten Nganjuk. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1 SE-Articles), 893–902.
- Irfanudin, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasann Pelanggan. *Jurnal Semarak*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2662>
- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 27–34. <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/1301>
- Koesharijadi, Winarno, Y. P., & Wicaksono, D. (2024). *Loyalitas Pelanggan Pada Toko Ritel Manna*. 1–19.
- Kristianto, C. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan JNE di Surabaya Barat*. 547–563.
- Kusumaningsih, O., & Mujiyati, M. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 4116–4127. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9105>

- Lathifa, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen di Bandung). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 55. <https://doi.org/10.30659/ekobis.24.1.55-71>
- Lestari, R. P., Subagyo, S., & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 935–945. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3275>
- Loliyana, R., Hadi, M., & Meidasari, E. (2023). Pengaruh Pelatih Terhadap Produktifitas Kerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Variabel Media (Pada PT. Nisan Abadi Jaya). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 65–74. <https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.1052>
- Maamari, B. E., & Wasfi, H. S. A. (2020). The effects of service recovery on customer satisfaction and customer loyalty in banks. *International Journal of Technology Marketing*, 14(4), 403–424. <https://doi.org/10.1504/IJTMKT.2020.114037>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Munawaroh, N. A., & Widuri, T. (2022). Understanding Customer Loyalty Through Customer Satisfaction (The Case of Coffee Shop Industry in Kediri City). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 698–710.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Nisa, R. C. (2023). *Persepsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2020 Terhadap Busana Muslimah Syar'iyah IAIN Curup*.
- Nurhidayati, M., & Cahyani, N. K. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 146–157. <https://doi.org/10.21154/etihad.v1i2.3527>
- Pardede, J. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada ShopeeFood. *Skripsi*, 34–46. <http://repository.stei.ac.id/9350/>
- Permatasari, V. A., Haziroh, A. L., & Panjaitan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Scarlett Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Kampus Swasta Di Kota Semarang). *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 384–394.
- Pramuditha, R., Hudayah, S., & Indriastuti, I. (2021). Pengaruh E-Kualitas

Layanan, E-Kepercayaan dan E-Harga Terhadap E-Kepuasan dan E-Loyalitas Konsumen. *Jurnal Sosial Dan Sains*.

- Priyatno, D. (2017). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Andi.
- Purwaningsih, N., & Gulö, I. (2021). Representation of Reynhard Sinaga in Bbc News and the Jakarta Post. *Linguistics and Literature Journal*, 2(1), 50–61. <https://doi.org/10.33365/llj.v2i1.965>
- Puspitasari, A., Soeprajitno, E. D., & Kurniawan, R. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Home Industri Fashion Joglo Suminar Batik Khas Kediri: Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Home Industri Fashion Joglo Suminar Ba. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 9 SE-Art, 253–261.
- Putra, G. P., & Pratiwi, A. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pawon Sangit Colomadu Karanganyar. *Masman : Master Manajemen*, 2(3), 80–93. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.467>
- Rosmawati, W., Harahap, I., Asry, S., Mary, H., & Indriyenni, I. (2023). Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya*, 6(1), 733–742. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1010>
- Sagita, E. P., Suwarsono, B., & Kurniawan, B. W. (2023). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Pada The Bake Corner Kediri*. 1(5). <https://doi.org/10.59841/intellektika.v1i5.394>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Septyadi, A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. M. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Setiawan, A. B., Suprajitno, E. D., & Sardanto, R. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management, Kenyamanan Cafe, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Mutia. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3 SE-Art, 513–522. <https://doi.org/10.29407/w39abm96>
- Siaputra, H. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.13-23>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmanawati, S., & Purwati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Manajemen Almatama*,

1(1), 61–84. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>

- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, & Erlin Beliya Syahputri. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74.
- Syahrani, S., Karunia, E., Asdar, M., Akmar, M., Kamase, J., & Sajidan, M. (2022). Analisis kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Inovasi*, 18(1), 95–104. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i1.10519>
- Ummah, M. S. (2019a). Pengaruh Brand Image, Cita Rasa, Dan Resto Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mie Kiro Selang Kebumen. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Ummah, M. S. (2019b). Pengaruh Stategi Experiental Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (pada BNI Syariah cabang Yogyakarta). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484>
- Wardani, Y. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Wicaksana, M. P. (2022). *Pengaruh Brand Image, Trust In Brand, Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Vivan Robot Pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2018*. 12–49. <http://repository.iainkudus.ac.id/9628/>
- Winayaputra, M. I. L., & Trisnawati, D. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Dan Islamic Store Atmosphere Tehadap Minat Beli Ulang Melalui Value Equity Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1994–2001. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13103>
- Wulandari, I. (2023). *Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Gacoan di Kalangan Konsumen Muda Kabupaten Karanganyar*. 1–23.

- Yoyano, I. V., & Ridlwan, M. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Kecerdasan Emosional, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Pada Pt. Mitra Global Prima Di Kota Cimahi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2842–2851. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1741>
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>