

PENGARUH HARGA, VARIASI MENU DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CAFE KONCO ROOFTOP KOTA TANJUNGBALAI

Fatimah Azzahro¹, Hamida Sari Siregar², Neni Triastuti³

Program Studi Ekonomi, Universitas Asahan

Jl. Jend. Ahmad Yani, Kisaran

Email: azzahrofatimah971@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Harga, Variasi Menu dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang konsumen Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai yang dijadikan sebagai responden. Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda yang kemudian diperoleh : $Y = (-4,537) + 0,491X_1 + 0,169X_2 + 0,299X_3$. Hasil dari penelitian ini adalah Variabel Harga (X_1), Variasi Menu (X_2) dan Fasilitas (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel terikat Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai F_{hitung} (47.841) $> F_{\text{tabel}}$ (2,70) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel Harga (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai t_{hitung} (5.441) $> t_{\text{tabel}}$ (1,985) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Variabel Variasi Menu (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai t_{hitung} (2.360) $> t_{\text{tabel}}$ (1,985) dan nilai signifikan $0,020 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Variabel Fasilitas (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai t_{hitung} (4.752) $> t_{\text{tabel}}$ (1,985) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Koefisien Determinasi dalam penelitian ini adalah *Adjusted R Square* dengan nilai sebesar 0,597 atau sebesar 59,7%. Hal ini menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh Variabel Harga, Variasi Menu dan Fasilitas 59,7% sedangkan selebihnya 40,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Variasi Menu, Fasilitas dan Loyalitas Pelanggan

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pasar bisnis serta jenis usaha di Indonesia mengalami perubahan secara signifikan seiring dengan meningkatnya laju perekonomian, perkembangan teknologi dan cepatnya proses arus informasi. Selain itu, sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga memiliki peran penting dalam perekonomian nasional yang terfokus pada penciptaan lapangan pekerjaan serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Beberapa hal tersebut merupakan faktor eksternal yang mendorong terciptanya persaingan yang ketat dalam dunia bisnis. Pasar yang dinamis secara tidak langsung memaksa

pelaku bisnis untuk melakukan inovasi-inovasi baru untuk menambah dan mempertahankan pelanggannya.

UMKM dalam bidang kuliner salah satu bisnis usaha yang sedang trend pada masa ini dan mengalami peningkatan cukup pesat yang mencerminkan gaya hidup modern seperti usaha penyajian makanan cepat saji seperti cafe, coffeshop dan resto. Beberapa hal tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor seperti banyaknya wanita karir sekaligus sebagai Ibu rumah tangga yang tidak punya cukup waktu sehingga makanan cepat saji adalah pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia (makan dan minum). Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat dan daya saing yang cukup tinggi, membuat para pengusaha berusaha mencari strategi

yang tepat dalam mempertahankan pelanggannya terutama untuk terus meningkatkan penjualan, meningkatkan eksistensi dan berharap untuk dapat memenangkan persaingan.

Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai merupakan jenis usaha yang bergerak dibidang Cafe dan Resto yang didirikan oleh Ibu Henny Suciyanti sejak tahun 2016 yang beralamat di Jalan Anwar Idris, Gading, Kota Tanjungbalai. Cafe Konco Rooftop ini dinilai tidak hanya sebagai usaha yang menawarkan beragam variasi makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan *Play Ground* yang dapat dijadikan sebagai tempat bermain bagi anak-anak dengan harga yang terbilang cukup terjangkau. Selain itu, Kafe Konco Rooftop juga menawarkan fasilitas yang dapat menambah kenyamanan bagi pelanggannya. Tidak heran bila para pelanggan Cafe bisa menghabiskan waktu berlama-lama disana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pelanggan juga menggunakan Cafe sebagai tempat untuk *Quality time* atau untuk menghabiskan waktu bersama keluarga.

Berdasarkan hasil kunjungan dan wawancara kepada pemilik dan karyawan Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai, diketahui bahwa cafe ini buka setiap hari dengan jumlah karyawan sebanyak 14 orang dengan rata-rata konsumen yang datang perharinya berkisar antara 50-70 orang. Lain lagi jika hari-hari tertentu seperti akhir pekan, konsumen bisa mencapai 100-150 orang. Pemilik Cafe Konco Rooftop juga mengatakan konsumen akan semakin ramai pada malam hari. Dengan semakin bertambahnya jumlah pesaing yang ada, pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai terus melakukan pembentahan dan pengembangan pada sarana dan prasarana serta sumber daya manusianya dengan tujuan agar Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai mampu bersaing dengan cafe lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pengunjung cafe, dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai merupakan pelanggan yang sudah melakukan kunjungan dan pembelian

makanan dan minuman lebih dari 2 kali sehingga penulis menduga tingginya tingkat Loyalitas Pelanggan pada cafe tersebut disebabkan beberapa faktor. Loyalitas Pelanggan merupakan wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk (barang atau jasa) dengan terus menerus karena dianggap sudah mendapatkan kepuasan terhadap produk atau jasa yang digunakan. Penulis menduga bahwa Harga, Variasi Menu dan Fasilitas merupakan faktor yang mempengaruhi bertahannya Loyalitas Pelanggan pada Cafe Konco Rooftop Kota Tajungbalai.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, harga makanan dan minuman yang dijual cukup terjangkau dengan standar harga cafe pesaing yang ada di Tanjungbalai yang sangat cocok untuk semua kalangan masyarakat terutama kalangan remaja. Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai menetapkan harga makanan dan minuman yang terjangkau, seperti harga *Ice Tea* yang dibandrol dengan harga Rp.5.000/gelas sedangkan ditempat lain seperti cafe 2,5 Persen *Ice Tea* dibandrol dengan harga Rp.7.000/gelas, Nasi goreng *seafood* dibandrol dengan harga Rp.21.000/porsi sedangkan di Cafe Pondok Bunga dibandrol dengan harga Rp.25.000, *Lemon Tea* dibandrol dengan harga Rp.10.000/gelas sedangkan pada Cafe 3G dibandrol dengan harga 12.000/gelas. Oleh karena itu, Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai sangat ramai dikunjungi karena harga makanan dan minuman yang cukup terjangkau.

Berdasarkan pegamatan yang dilakukan penulis, variasi menu yang terdapat pada menu Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai cukup lengkap mulai dari makanan berat hingga makanan ringan seperti Sajian Konco, Varain Nasi Lemak, Varian Nasi Putih, Varian Mukbang, Varian Steak, Varian Olahan Indomie, Varian Spaghetti, Varian Nasi Goreng, Mie, Burger, Dimsum, Pisang Pasir Konco, dan beragam cemilan lain. Selain menu makanan yang cukup lengkap, pada variasi menu Cafe Konco Rooftop juga menampilkan berbagai jenis minuman seperti Varian Milkshake, Jus dengan

beragam jenis buah, Varian teh dengan berbagai jenis, Varian Kopi dan lainnya.

Fasilitas merupakan objek fisik yang disediakan oleh Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai untuk memberikan kenyamanan bagi seluruh pengunjung dan diduga mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Fasilitas yang disediakan seperti tampilan dekorasi yang memberikan kesan nyaman, meja dan kursi dengan jumlah yang memadai yang dapat memberikan kesan santai pada pengunjung, penerangan yang terdiri dari dua jenis yaitu lampu dengan daya tinggi sebagai penerangan cafe dan lampu hias yang dijadikan atap pada rooftop sehingga memberikan kesan mewah dan menambah suasana santai, akses wifi dengan jaringan yang kuat, hiburan seperti live music serta area parkir yang aman dan dapat menampung kendaraan dengan jumlah yang besar, kemudian tersedianya toilet yang bersih dan wangi. Selain itu, Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai juga menyediakan *Playground* (tempat bermain anak) dengan tarif Rp 25.000/ anak sehingga menambah nilai tersendiri bagi keluarga yang akan melakukan *quality time*.

Berdasarkan pengalaman penulis, yang juga merupakan salah satu pelanggan Cafe Konco Rooftop karena penulis sudah melakukan kunjungan atau pembelian lebih dari 20 kali sejak berdiri. Selain itu, berdasarkan pengamatan penulis, sebagian besar dari pengunjung Cafe Konco Rooftop juga merupakan Pelanggan yang sudah sering melakukan kunjungan atau pembelian.

Perbedaan penelitian yang akan dibahas dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian terdahulu dari Kasanah & Hanifah yang melakukan penelitian pada tahun 2023 sedangkan penelitian yang akan dibahas melakukan penelitian pada tahun 2024, kemudian perbedaan selanjutnya dari penelitian Kasanah & Hanifah dilakukan di Cafe Bintang Saga, sedangkan penelitian ini dilakukan di Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah secara simultan Harga, Variasi menu dan Fasilitas berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai?
2. Apakah secara parsial Harga, Variasi Menu dan Fasilitas berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diterangkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh Harga, Variasi Menu dan Fasilitas secara simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai.
2. Mengetahui pengaruh Harga, Variasi Menu dan Fasilitas secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Harga

Amstrong (2018:185) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Menurut Lupiyoadi (2013:136), harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut. Sedangkan menurut Swastha (2014:211), harga adalah satuan nilai dalam mata uang (pada kondisi tertentu dapat ditambahkan dengan barang lain) yang dikeluarkan oleh konsumen sebagai pemenuhan kebutuhannya agar dapat berbagai manfaat serta pelayanan atas kombinasi dari barang tersebut.

Dari beberapa definisi oleh para pakar di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan simbol atau identitas suatu produk barang atau jasa atas nilai dan manfaat yang akan diperoleh konsumen.

2.2. Variasi Menu

Rosalina Soetanto dalam Ulfatul Mawaddah Yahya (2023), Variasi Menu adalah daftar item makanan yang

ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. Kemudian Kotler and Keller (2014:87), Variasi Menu merupakan ahli tersendiri dalam suatu merk atau lini produk sebagai lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga dan penampilan atau ciri ciri. Sedangkan Ozdemir and Caliskan (2014), Variasi Menu adalah suatu objek yang dijadikan sebagai basis pelanggan dalam membuat pilihan makanan dan minuman.

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Variasi Menu merupakan jenis makanan dan minuman yang disediakan pemilik usaha kuliner yang dapat memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

2.3. Fasilitas

Kotler, Philip and Lane Keller (2017), Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan dosediakan oleh pihak penjual barang atau jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Kemudian Donni Priansa (2017:210), Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional usaha yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2016:16), Fasilitas merupakan sumber fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada para konsumen.

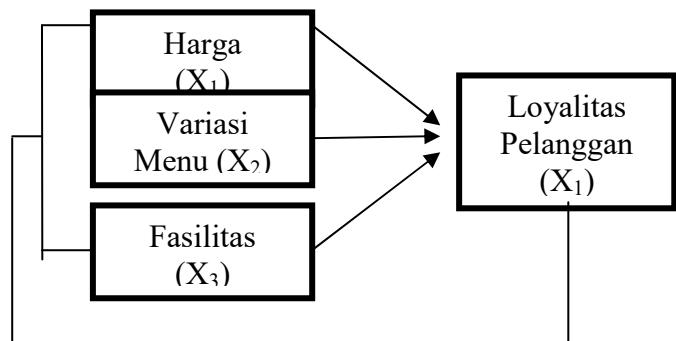
Berdasarkan teori yang dikemukakan para ahli tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa fasilitas merupakan objek fisik yang disediakan pemilik usaha yang dapat mempengaruhi penilaian konsumen mengenai kepuasan sehingga menghasilkan loyalitas.

2.4. Loyalitas Pelanggan

Griffin (2010:5) dalam penelitian Dewi (2016) menyatakan bahwa konsep loyalitas pelanggan lebih banyak mengenai tentang tindakan yang dilakukan daripada sikap. Kemudian Suliyanto (2018) menyatakan bahwa Loyalitas Pelanggan adalah rasa percaya dan rasa setia dari pelanggan untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten dalam waktu yang panjang melalui hasil pengalaman sendiri. Loyalitas dianggap sangat penting untuk

pengembangan kegiatan usaha. Menurut Yuliawati (2016) Pelanggan yang konsisten yaitu mereka yang sangat suka dengan produk atau merek bahkan pelayanan juga, kemudian memiliki semangat untuk menginformasikan kepada orang lain yang mereka kenal. Selain itu, Loyalitas juga dapat diukur dengan cara melihat prilaku pelanggan yang terus menerus berkunjung dan menjadi pelanggan dalam jumlah waktu yang sama.

2.5. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber : Penelitian (2024)

III. JENIS PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Kuantitatif yang bertujuan untuk mengungkapkan apakah ada pengaruh variabel variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian Harga, Variasi Menu dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai.

Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis dan akurat. Pada penelitian ini, penulis berusaha mendeskripsikan peristiwa yang menjadi pusat penelitian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai yang beralamat

di jalan Anwar Idris, Gading, Kota Tanjungbalai, Provinsi Sumatera Utara.

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan januari sampai dengan Mei 2024.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung/konsumen Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya.

Riduwan (2010:201) Sampel adalah jumlah subjek dan objek yang dapat di ambil untuk dilakukan pengamatan dan pengujian. Adapun jumlah sampel yang ada dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *convinience sampling*, yaitu metode penentuan sampel yang berpedoman pada jumlah populasi yang tidak diketahui dengan rinci dan pasti dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)}$$

Keterangan :

N = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95 persen pada penentuan ini Z pada $\alpha = 0,5$ adalah 1,96
 Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa di toleransi di tetapkan sebesar $10\% = 0,1$

Dengan tingkat keyakinan 95 atau $Z = 1,96$ dan $Moe 10\%$ maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,4}$$

$$n = 96,04 = 96$$

3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016;314) uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghazali mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir

pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Dasar Pengambilan keputusan :

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016;33) uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan apakah alat pengukur yang digunakan menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama untuk mengetahui *reliable* atau handalnya jawaban seseorang terhadap pernyataan yang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reabilitas dengan suatu atau variabel dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach's Alpa* $> 0,60$.

3.4.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh Harga, Cita Rasa dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Dousya Land Kota Tanjung Balai.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

X_1 = Variabel Harga

X_2 = Variabel Cita Rasa

X_3 = Variabel Lokasi

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Harga

b_2 = Koefisien Regresi Cita Rasa

b_3 = Koefisien Regresi Lokasi

e = term of Error

Pengaruh variabel *independent* dan variabel *dependent* diuji dengan tingkat kepercayaan (*Confidence interval*) 95% atau $a = 5\%$

3.5 Uji Asumsi Klasik

3.5.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016;33) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen

dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Uji Histogram

- 1) Model regresi memenuhi asumsi normalitas apabila data grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal dilihat pada gambar lonceng tidak miring ke kiri dan ke kanan.
- 2) Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas apabila data grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal dilihat pada gambar lonceng tidak miring ke kiri dan ke kanan.

2. Uji P-P Plot

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik P-P Plot menunjukkan pola berdistribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik P-P Plot, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Statistik Kolmogrov-Smirnov (K-S)

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non-parametrik Statistik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_1 = Data residual berdistribusi normal apabila nilai signifikan $> 5\%$ (0,05).

H_2 = Data residual tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikan $< 5\%$ (0,05).

3.5.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2016;34) uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat ada tidaknya kemiripan yang dimiliki antara variabel independen dengan variabel independen lainnya sehingga

dapat menimbulkan terjadinya korelasi antara model yang sangat kuat pada variabel independen tersebut jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal.

Untuk melihat suatu model regresi tidak terjadi multikolinearitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai tolerance tidak kurang atau $> 0,1$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 , maka model dianggap bebas dari multikolinearitas.
2. Jika nilai tolerance $< 0,1$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 , maka antara variabel independen ada hubungan yang tinggi dan model terindikasi adanya multikolinearitas.

3.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016;34) uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedastisitas dapat diuji menggunakan uji metode grafik, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang tergambar grafik.

- 1) Jika ada pola tertentu serta titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian, menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pula yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6. Pengujian Hipotesis

3.6.1. Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (serempak) terhadap variabel terikat. Uji model ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada Kepuasan Konsumen yang dipengaruhi oleh Harga, Cita Rasa dan Lokasi. Kriteria pengujinya adalah:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ artinya Harga, Cita Rasa dan Lokasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Pada Café Dousya Land Kota Tanjung Balai

$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ artinya Harga, Cita Rasa dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Dousya Land Kota Tanjung Balai

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

H_0 diterima dan H_1 ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $a = 5\%$

H_1 diterima dan H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $a = 5\%$

3.6.2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara parsial (individual) menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Harga, Cita Rasa dan Lokasi secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen. Kriteria pengujinya adalah:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ artinya Harga, Cita Rasa dan Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Dousya Land Kota Tanjung Balai.

$H_2 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ artinya Harga, Cita Rasa dan Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Dousya Land Kota Tanjung Balai.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

H_0 diterima dan H_2 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $a = 5\%$

H_2 diterima dan H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $a = 5\%$

3.7. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi dan kemampuan varian dari variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Jika nilai R^2 mendekati 1, maka pengaruh variabel independen kuat dalam menjelaskan variabel dependen. Apabila $R^2 = 1$, maka model regresi dapat di jelaskan 100% variasi terhadap variabel dependen dan sebaliknya jika R^2 mendekati 0. Dasar pengambilan Keputusan :

Bila $R^2 > 0,5$ dikatakan baik atau akurat

Bila $R^2 = 0,5$ dikatakan Sedang
 Bila $R^2 < 0,5$ dikatakan kurang

IV. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Uji Validitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Cronbach's Alpha	r _{tabel}	Ket
X1.P1	0,816	0,3610	Valid
X1.P2	0,857	0,3610	Valid
X1.P3	0,709	0,3610	Valid
X2.P1	0,504	0,3610	Valid
X2.P2	0,709	0,3610	Valid
X2.P3	0,781	0,3610	Valid
X2.P4	0,853	0,3610	Valid
X3.P1	0,655	0,3610	Valid
X3.P2	0,835	0,3610	Valid
X3.P3	0,517	0,3610	Valid
X3.P4	0,630	0,3610	Valid
X3.P5	0,578	0,3610	Valid
X3.P6	0,401	0,3610	Valid
Y.P1	0,699	0,3610	Valid
Y.P2	0,623	0,3610	Valid
Y.P3	0,735	0,3610	Valid

Hasil uji validitas pada tabel 4.1 diatas yang dilakukan dalam penelitian ini, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,3610). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen pernyataan dari variabel harga, cita rasa, lokasi dan kepuasan konsumen yang digunakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Harga (X ₁)	0,706	Reliabel
Variasi Menu (X ₂)	0,625	Reliabel
Fasilitas (X ₃)	0,625	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,759	Reliabel

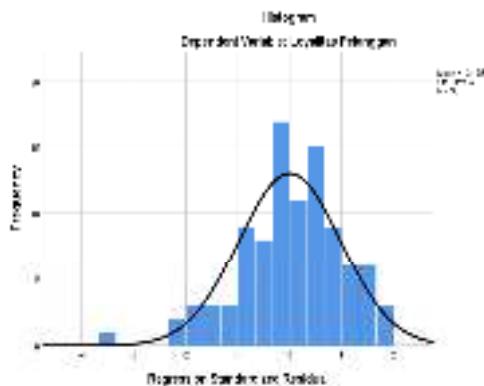
Hasil pengujian reliabilitas pada tabel 4.2 diatas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dari setiap variabel pada penelitian ini memiliki nilai >0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel sehingga kuesioner penelitian ini reliabel dan dapat digunakan.

4.2. Pengujian Asumsi Klasik dan Hipotesis

4.2.1. Uji Normalitas

1. Uji Grafik

a. Uji Histogram

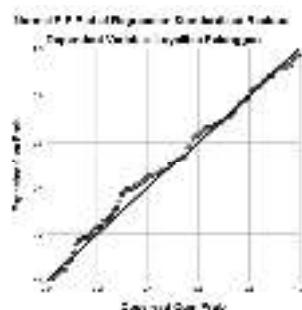


Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan gambar 4.2 grafik histogram yang disajikan diatas, terlihat garis membentuk lonceng yaitu kurva normal yang tidak miring ke kiri maupun ke kanan, maka dapat disimpulkan bahwa data sebaran (regresi) berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji P-P Plot



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas dngan P-P Plot

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan P-P Plot yang disajikan diatas, menerangkan bahwa seluruh data diatas menyebar disekitar garis diagonal yang terbentang dari angka 0,0 pada masing masing sumbu (X dan Y) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogrov- Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39960319
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.040
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa analisis One Sample Kolmogrov-Smirnov memiliki nilai asymp. Sig > 0,05, yaitu sebesar 0,171 sehingga dapat disimpulkan bahwa data regresi berdistribusi normal.

4.3. Uji Multikolinearitas

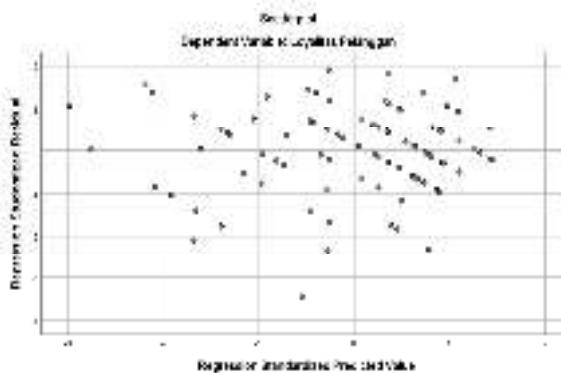
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga	.693	1.444
Variasi Menu	.712	1.405
Fasilitas	.747	1.338

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.16 diatas, nilai tolerance masing masing variabel yaitu harga (0,693), variasi menu (0,712) dan fasilitas (0,747) < 10, yang artinya data penelitian ini terhindar dari masalah multikolinearitas.

4.1.7 Uji Heterokedastisitas



Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.4 diatas, dapat dijelaskan bahwa seluruh titik titik diantara garis lurus dibawah dan diatas pada titik 0,0 (sumbu X dan Y) terlihat titik titik tersebar tanpa membentuk suatu pola tertentu dan tersebar dengan baik dibawah atau diatas angka nol, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terhindar dari masalah heterokedastisitas.

4.1.2 Regresi Linier Berganda

Tabel 4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient Beta
	B	Std. Error	
1 (Constant)	-4.537	1.357	
(X ₁)	.491	.090	.426
(X ₂)	.169	.072	.182
(X ₃)	.299	.063	.358

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

$$Y = (-4,537) + 0,491X_1 + 0,169X_2 + 0,299X_3 + e$$

Keterangan :

1. Konstanta menghasilkan nilai sebesar -4,537, artinya apabila setiap variabel bebas, yaitu harga (X₁), variasi menu (X₂) dan fasilitas sama dengan nol (0), maka loyalitas pelanggan (Y) akan tetap bernilai -4,537.
2. Koefisien regresi yang dihasilkan variabel harga (X₁) sebesar 0,491, artinya apabila harga (X₁) terjadi penambahan nilai satu satuan, maka

loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,491 satuan.

3. Koefisien regresi yang dihasilkan variabel harga (X₂) sebesar 0,169 artinya apabila harga (X₁) terjadi penambahan nilai satu satuan, maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,169 satuan.
4. Koefisien regresi yang dihasilkan variabel harga (X₁) sebesar 0,299 , artinya apabila harga (X₁) terjadi penambahan nilai satu satuan, maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,299 satuan.

4.1.9 Pengujian Hipotesis

4.1.10 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.6 Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	290.312	3	96.771	47.841	.000 ^b
Residual	186.094	92	2.023		
Total	476.406	95			

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil output statistik pada tabel 4.18 diatas, nilai F_{hitung} (47,841) $> F_{tabel}$ (2,70) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara simultan harga (X₁), variasi menu (X₂) dan fasilitas (X₃) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

4.1.11. Uji Parsial

Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial Coefficient^a

Model	t	Sig
1 (constant)	-3.716	001
X ₁	5.441	.000
X ₂	2.360	.020
X ₃	4.752	.000

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil output statistic pada tabel 4.19 diatas, hasil uji parsial tersebut dapat dilihat bahwa :

1. Harga (X₁)

Variabel harga menghasilkan nilai t_{hitung} (5,441) $> t_{tabel}$ (1,985) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara

- parsial harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Variasi Menu (X_2)
 Variabel variasi menu menghasilkan nilai t_{hitung} (2,360) $>$ t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikan $0,020 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial variasi menu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
 3. Fasilitas (X_3)
 Variabel Fasilitas menghasilkan nilai t_{hitung} (4,752) $>$ t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Harga adalah variabel bebas yang paling dominan pada penelitian ini karena variabel harga menghasilkan nilai t_{hitung} (5,441) yang paling tinggi dibandingkan variabel bebas lainnya.

4.1.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.781	.609	.597	1.422

Sumber : Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil output yang ditampilkan pada tabel 2.20 diatas, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,597 yang artinya harga, variasi menu dan fasilitas mampu menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 59,7% sedangkan selebihnya 40,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,597 artinya bahwa korelasi atau hubungan antar variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan dengan variabel bebas yang terdiri dari harga, variasi menu dan fasilitas sangat akurat karena berada diatas 0,05.

3.1 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tiga variabel bebas yang diteliti yaitu Harga (X_1), Variasi Menu (X_2) dan Fasilitas (X_3). Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berusia antara 17 – 60 tahun dan sudah melakukan kunjungan dan

pembelian minimal 3 kali di Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Dengan sampel yang diambil sebanyak 96 responden dan hasilnya sebagai berikut :

4.2.1 Pengaruh Harga, Variasi Menu dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F yang diperoleh pada penelitian ini menjelaskan bahwa secara simultan Harga (X_1), Variasi Menu (X_2) dan Fasilitas (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Dengan menghasilkan nilai F_{hitung} (47,841) $>$ F_{tabel} (2,70) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa semakin baiknya Harga, Variasi Menu dan Fasilitas maka Loyalitas Pelanggan akan semakin meningkat.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Hasanah dan Hanifah yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel independent produk (X_1), fasilitas (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan muslim pada cafe bintang saga. Dengan nilai F_{hitung} (38,474) $>$ F_{tabel} (3,09) nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Sari yang menunjukkan bahwa secara simultan Variasi Menu (X_1), Cita Rasa (X_2) dan Lokasi (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Kedai Kopi Yo, Jakarta, Dengan nilai F_{hitung} (23,630) $>$ F_{tabel} (2,71) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasibuan dan Simanjorang yang menunjukkan bahwa secara simultan Variasi Produk (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu, dengan nilai F_{hitung} (51,892) $>$ F_{tabel} (2,70) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji-t yang diperoleh pada penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial Harga (X_1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Dengan menghasilkan t_{hitung} ($5,441$) $>$ t_{tabel} ($1,985$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasibuan dan Simanjorang yang menunjukkan bahwa secara parsial Harga (X_2) Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu. Dengan menghasilkan nilai t_{hitung} ($3,975$) $>$ t_{tabel} ($1,985$) dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Winata dan Prabowo yang menunjukkan bahwa secara parsial harga (X_1) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan pada sebagai Variabel Intervening pada *London Beauty Center* (LBC) Sidoarjo. Dengan menghasilkan nilai t_{hitung} ($4,304$) $>$ t_{tabel} ($0,585$) dan signifikansi $> 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Solikhah dan Hadita yang menunjukkan bahwa secara parsial harga (X_3) tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur, dikarenakan $t_{statistik}$ ($1,055$) $<$ t_{tabel} ($1,96$) sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak.

4.2.3 Pengaruh Variasi Menu Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji-t) yang diperoleh pada penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial Variasi Menu (X_2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Dengan menghasilkan nilai t_{hitung} ($2,360$) $>$ t_{tabel} ($1,985$) dan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh

Sari yang menunjukkan bahwa Variasi Menu (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Yo, Jakarta. Dengan menghasilkan nilai t_{hitung} ($2,149$) $>$ t_{tabel} ($1,66$) dengan signifikansi $0,034 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasibuan dan Simanjorang yang menunjukkan bahwa Variasi Menu (X_1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Yo, Jakarta. Dengan menghasilkan nilai t_{hitung} ($5,329$) $>$ t_{tabel} ($1,985$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

4.2.4 Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji-t) yang diperoleh pada penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial Fasilitas (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Dengan menghasilkan t_{hitung} ($4,752$) $>$ t_{tabel} ($1,985$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Harga, Variasi Menu dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai, maka kesimpulannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hasil uji simultan (Uji-F) menunjukkan bahwa nilai Fhitung ($47,841$) $>$ Ftabel ($2,70$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya dapat disimpulkan bahwa secara simultan Harga (X_1), Variasi Menu (X_2) dan Fasilitas (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Hasil Uji parsial (Uji-t) yang diperoleh pada penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial Harga (X_1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Dengan menghasilkan

- nilai t_{hitung} (5,441) > t_{tabel} (1,985) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.
3. Berdasarkan hasil parsial (Uji-t) yang diperoleh pada penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial Variasi Menu (X_2) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Dengan menghasilkan nilai t_{hitung} (2,360) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.
 4. Berdasarkan hasil uji parsial (Uji-t) yang diperoleh pada penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial Fasilitas (X_3) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai. Dengan menghasilkan t_{hitung} (4,752) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.
 5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,597 yang artinya harga, variasi menu dan fasilitas mampu menjelaskan loyalitas pelanggan sebesar 59,7% sedangkan selebihnya 40,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,597 artinya bahwa korelasi atau hubungan antar variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan dengan variabel bebas yang terdiri dari harga, variasi menu dan fasilitas sangat akurat karena berada diatas 0,05.
- Maka sebaiknya Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai tetap mempertahankan nilai harga yang cukup terjangkau agar dapat mempertahankan Loyalitas Pelanggan.
- b. Variabel Variasi menu merupakan variabel dengan tingkat pengaruh yang paling rendah sehingga alangkah baiknya jika variasi menu yang disediakan pada Cafe Konco Rooftop Kota Tanjungbalai diperbaiki kembali yakni mengenai kelengkapan produk, kesesuaian produk dengan tampilan variasi menu, dan lainnya.
2. Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan menambahkan lebih banyak variabel lain agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agus Sartonto. 2015. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, edisi 4, Yogyakarta: BPFE.
- Amstrong, K. 2018. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Basu Swastha. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BFE.
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko. 2015. *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Dharmmesta, Irawan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT GramediaPustaka Utama Jakarta.
- Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung : Alfabeto.
- Griffin. 2010. *Customer Loyalty*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Koter, P. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Phillip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dalam penelitian dan pembahasan yang dikemukakan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi Cafe Konco Rooftop kota Tanjungbalai hendaknya tetap meningkatkan dan mempertahankan Loyalitas Pelanggannya. Adapun upaya yang dapat dilakukan adalah :
 - a. Variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel Harga.

- 12 jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. 2014. *Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2019. *Marketing Management. 4Th Edition*. Jakarta : Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajemen, 15th edition New.Jersey : Pearson Pretire Hall, Inc.*
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran jasa edisi 2*. Jakarta : Salemba empat.
- Madura, Jeff. 2010. *Pengantar Bisnis Buku I*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nirwana. 2014. *Prinsi- prinsipPemasaran Jasa*. Malang : Penerbit Dioma.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*.Yogyakarta : Andi.
- Jurnal dan Skripsi**
- Hasibuan & Simanjorang "Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Holat Afifah Rantauprapat Kabupaten Labuhan Batu", *Jurnal Ilmiah Manajement*. 2022. Vol.17, No. 2, 202-216
- John H.I & Maria J.T. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto.. STIE Musi. Palembang*, 2011.
- Kasanah & Hanifah, "Pengaruh Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan: Studi Kasus Loyalitas Pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga", *Nuris Journal of Education and Islamic Studies*. 2023. Vol 3, No. 52-64
- Khan, M. M., & Fasih, M. "Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty:Evidence from Bankingsector", *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*. 2014. Vol. 8, No. 2 , 331-354.
- Sholikhah & Hadita, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga: Studi Kasus Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Mie Gacoan di Bekasi Timur", *Jurnal Economia*. 2023. Vol. 2, No.2
- Ulfatul Mawaddah Yahya. 2023. Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Menu dan Kualitas Pelayanan : Studi Kasus Minat Beli Ulang Konsumen pada Delicious Cafe & Hangout di Kota Pariaman. *Skripsi. Universitas Andalas*
- Winata & Prabowo "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan : Studi Kasus Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. 2022. Vol.3, No.4,810-822