

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Café Murbeng. (2) Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Café Murbeng. (3) Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Café Murbeng. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Loyalitas Konsumen (Y) sebagai variabel *dependent*, dan variabel *independent*-nya adalah Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ). Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, kuesioner dan kepustakaan. Sampel yang diambil sebanyak 80 responden, pengukuran data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert 5 poin. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, korelasi, determinasi, uji t dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 0,312. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 0,338. Berdasarkan uji koefisien determinasi maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen 54,6% dan sisanya sebesar 45,4% dipengaruhi oleh faktor faktor lain diluar kualitas layanan dan harga. Hasil uji hipotesis yang diterapkan dalam penelitian ini diperoleh F hitung  $46,384 > F$  tabel 3,11 dengan probabilitas yaitu 0,000. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh hipotesis diterima, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Café Murbeng.

**Kata Kunci** : *Kualitas Layanan, Harga, Loyalitas Konsumen*

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine: (1) the effect of service quality on consumer loyalty Café Murbeng. (2) the effect of price on consumer loyalty Café Murbeng. (3) the effect of service quality and price on consumer loyalty Café Murbeng. This research is descriptive and associative using quantitative research methods. The variables used in this study are Consumer Loyalty (Y) as the dependent variable, and the independent variables are Service Quality (X1) and Price (X2). The data used are primary data and secondary data collected through observation, questionnaires and literature. Samples were taken as many as 80 respondents, data measurement was carried out by distributing questionnaires using a 5-point Likert scale. The analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear analysis, correlation, determination, t test and F test.*

*The results of this study indicate that the effect of Service Quality (X1) on Consumer Loyalty (Y) is 0.312. The effect of Price (X2) on Consumer Loyalty (Y) is 0.338. Based on the coefficient of determination test, it can be said that service quality and price affect consumer loyalty 54.6% and the remaining 45.4% is influenced by other factors outside of service quality and price. The results of the hypothesis test applied in this study obtained F count 46.384 > F table 3.11 with a probability of 0.000. Based on the results of data analysis obtained that the hypothesis is accepted, it can be concluded that service quality and price affect consumer loyalty at Café Murbeng*

**Keywords** : Service Quality, Price, Consumer Loyalty