PENGARUH CITA RASA DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK SIRJIO BARBER COFFEE

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh :

FANY CITRA LESTARI

20200510360

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITA RASA DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Survei pada pelanggan Sirjio Barber Coffee di Kabupaten Kuningan)

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH CITA RASA DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survei pada pelanggan Sirjio Barber Coffee di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh

Fany Citra Lestari

20200510360

DISETUJUI OLEH :

Kuningan, 14 Juni 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.	**Dr. H. Ilham Akbar, S.E.,M.Si**
NIK. 41038971054	**NIK. 410104700197**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Kepala Program Studi Manajemen
Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.	**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy.**
NIK. 41038971054	**NIK. 41038091296**

PERNYATAAN OTENTISITAS

Bismillahrirohmanirohim

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam mahasiswa.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



FANY CITRA LESTARI

NIM 20200510360

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

– QS Al-Insyirah: 5-6 –

“Usaha dan doa tergantung pada cita-cita. Manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.”

– Jalaluddin Rumi –

"Kesuksesan bukanlah karena keberuntungan semata, tetapi hasil dari kerja keras dan ketekunan."

– Najwa Sihab –

“The whole purpose of education is to turn mirrors into windows.”

– Sydney J. Harris –

PERSEMBAHAN

“Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya, papah dan mamah . Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku. Aku selamanya bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orangtua ku.”

ABSTRAK

Fany Cita Lestari 20200510360 "Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening." Dengan Pembimbing I Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si dan Pembimbing II H. Ilham Akbar, S.E., M.Si Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey dengan analisis deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Pelanggan Sirjio Barber Coffee di Kabupaten Kuningan. Sampel yang diambil sebanyak 100 Responden. Teknik pengumpulan data menggunakan *Google form* dengan skala Interval. Hasil penelitian menunjukan bahwa cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kepuasan pelanggan menurut uji sobel mampu memediasi cita rasa terhadap loyalitas pelanggan, dan Kepuasan pelanggan menurut uji sobel mampu memediasi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Cita Rasa, Persepsi Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Fany Cita Lestari 20200510360 "The influence of taste and price perception on customer loyalty with customer satisfaction as a variable of intervening." With a guide I Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si and a guide II H. Ilham Akbar, SA, M.S. Management Studies Program, Faculty of Economics and Business, University of Kuningan, 2024.

This research aims to find out the impact of taste and price perception on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. The method used in this research is the survey method with quantitative descriptive analysis. This study was conducted on a client of Sirjio Barber Coffee in Kuningan district. A sample of 100 respondents. Data collection techniques using Google forms with Interval scales. The results of the research showed that taste has a partially positive and significant influence on customer loyalty, price perception partially has a positive and signifying influence upon customer loyality, taste partially negatively and significantly affects customer satisfaction, perception of price partially affects the satisfaction of the customer, satisfaction by the customer partially influences the loyalty of the client, satisfactions by the client according to the sobel test can mediate the sentiment towards customer loyalism, and satisfactions to the customer according the soble test can intermediate the perceptions of the price towards the customer's loyalty.

Keywords: taste, price perception, customer loyalty, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas karunia Tuhan Yang Maha Esa. Atas seizin-Nya, penulis dapat menyusun proposal penelitian berjudul "Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Sirjio Barber Coffee" (Survey Pada Konsumen Sirjio Barber Coffee Kabupaten Kuningan)" Proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Kuningan. Dalam penyusunan proposal penelitian ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Maka, dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr.Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si dan H. Ilham Akbar, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian proposal penelitian ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Kuningan, Juni 2025
Penulis,

FANY CITRA LESTARI
NIM 20200510360

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, kesabaran, dan kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Akan tetapi sesungguhnya penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik. Hingga selesainya penulisan skripsi ini telah banyak menerima bantuan waktu, tenaga dan pikiran dari banyak pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Yudi Winaryadi Kusumah dan Ibu Imas Sustiana yang telah berjuang untuk perkuliahan saya dan yang tiada henti memanjatkan doa serta restu disetiap langkah saya.
2. Ibu Dr.Hj Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si selaku dosen pembimbinng I dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak bantuan dan arahan dalam penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr.H. Ilham Akbar, S.E.,M.Si selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak bantuan dan arahan dalam penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Ibu Enung Nurhayati, SE.,Ak.,M. Si., CA Selaku Wakil Dekan Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Bapak Dr. Dadang Suharadi, SE., M.M Selaku Wakil Dekan Dua Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Bapak Dr.H Dikdik Harjadi,SE.,M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan, Sekaligus dosen pembimbing akademik.
8. Seluruh Dosen, Khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.

9. Seluruh Staff Universitas Kuningan yang telah memberikan pelayaan terbaik selama masa perkuliahan.
10. Adik saya Faras Citra Bahana yang sudah selalu membantu dan mendoakan untuk kelancaran setiap langkah saya.
11. Teruntuk seseorang yang selalu mendukung dan menemani disetiap langkah saya , terima kasih banyak karena sudah selalu ada.
12. Teruntuk sahabat grup chat ‘Sahabat Surgaku’ Nadya Nabilah , Elsa Diyaul Aulia, Seftiani, dan Beti Suryani yang sudah saling *support*, saling membantu , saling memahami dan mengerti selama penelitian ini. Terima kasih untuk perkenalan 4 tahun yang penuh makna, Sukses selalu.
13. Keluarga Besar kelas Manajemen C yang selama kuliah bersama.
14. Teman-teman seperjuangan bimbingan ibu Dr.Hj Lili karmela Fitriani, SE., M.Si khususnya Mely dan Sofia yang sudah memberi semangat dan bantuan serta sudah berjuang bersama selama bimbingan skripsi sampai akhir.
15. Keluarga besar bapak dan ibu tercinta yang sudah selalu mendukung dan mendo’akan agar bisa menyelesaikan kuliah dengan baik.
16. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.
17. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri, Terima kasih sudah kuat dan mampu menyelesaikan perkuliahan ini. Terima kasih untuk tidak menyerah dan selalu berusaha sesulit apapun rintangan dan jalan yang dilalui. Terima kasih banyak saya ucapkan untuk diri saya sendiri.

Akhir kata semoga Allah memberkahi dan memberikan rahmat serta karunia-nya yang telah diberikan kepada penulis. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Kuningan, Juni 2025

Penulis,

FANY CITRA LESTARI

NIM 20200510360

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMAKASIH iv

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR LAMPIRAN..... xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah..... 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 7

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESI. 9

2.1 Landasan Teori 9

2.1.1 Manajemen Pemasaran 9

2.1.2 Loyalitas Pelanggan 12

2.1.3 Kepuasan Pelanggan 16

2.1.4 Cita Rasa 19

2.1.5 Persepsi Harga 21

2.1.6 Hubungan Antar Variabel 23

2.1.7 Penelitian Terdahulu 25

2.2 Kerangka Berfikir 31

2.3 Hipotesis Penelitian 32

BAB III METODE PENELITIAN 34

3.1 Metode Penelitian yang digunakan 34

3.2 Operasionalisasi Variabel 34
3.2.1 Variabel Independen 35
3.2.2 Variabel Dependen 35
3.2.3 Variabel Intervening 35
3.3 Jenis dan Sumber data 37
3.3.1 Jenis Data 37
3.3.2 Sumber data 37
3.4 Populasi dan Sample 38
3.4.1 Populasi 38
3.4.2 Sampel 38
3.5 Teknik Pengumpulan Data 39
3.5.1 Kuesioner 39
3.6 Uji Instrumen 40
3.6.1 Uji Validatas 40
3.6.2 Uji Reliabilitas 43
3.7 Teknik analisis data 45
3.7.1 Analisis Deskriptif 45
3.7.2 Uji Asumsi Klasik 47
3.7.2.1 Uji Normalitas 47
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas 47
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas 48
3.7.3 Teknik analisis statistik 48
3.7.3.1 Analisis Jalur (*Path Analysis*) 48
3.7.4 Uji Hipotesis 49
3.7.4.1 Uji Signifikansi Simultan (uji t) 49
3.7.4.2 Uji Sobel 50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 52
4.1 Hasil Penelitian 52
4.1.1 Gambaran Umum Sirjio Barber Coffee 52
4.1.2 Karakteristik Responden 53
4.1.3 Analisis Deskriptif 56
4.1.4 Uji Asumsi Klasik 66

4.1.5 Analisis Jalur (Path Analysis) 68
4.1.6 Pengujian Hipotesis..... 74
4.2 Pembahasan 81
4.2.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Pelanggan..... 81
4.2.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas pelanggan 82
4.2.3 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan..... 82
4.2.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan... 83
4.2.5 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. 83
4.2.6 Pengaruh cita rasa terhadap terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan 84
4.2.7 Pengaruh Persepsi Harga terhadap terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan..... 85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 86
5.1 Kesimpulan..... 86
5.2 Saran 87
DAFTAR PUSTAKA..... 89
LAMPIRAN .. ……92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan 3 Kedai Coffe di Kabupaten Kuningan 3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 25
Tabel 3.1 Operasional Variabel..... 36
Tabel 3.2 Nilai Skor Agket 40
Tabel 3.3 Uji Validitas Cita Rasa..... 41
Tabel 3.4 Uji Validitas Persepsi Harga 42
Tabel 3.5 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan..... 42
Tabel 3.6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan..... 43
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas 44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia..... 54
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan..... 54
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 55
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Pernah Membeli Minimal 2 Kali Pembelian..... 56
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Cita Rasa..... 57
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga 59
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan..... 62
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan..... 64
Tabel 4.10 Uji Normalitas..... 66
Tabel 4.11 Uji Multikolonieritas..... 67
Tabel 4.12 Hasil Output Uji Heteroskedastisitas 68
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear I 69
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear II..... 70
Tabel 4.15 Hasil Uji T Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan X→Y 74
Tabel 4.16 Hasil Uji T Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan X→Z 75
Tabel 4.17 Hasil Uji T Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Z→Y 76

Tabel 4.18 Data Uji Sobel I..... 77
Tabel 4.19 Hasil Analisis *Sobel Test Calculator for the Significance on Mediation* 78
Tabel 4.20 Data Uji Sobel II 79
Tabel 4.21 Hasil Analisis *Sobel Test Calculator for the Significance on Mediation* 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Item Terjual 3 Kedai Coffe 4
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 32
Gambar 3. 1 Kriterium 46
52
Gambar 4.1 Logo Sirjio Barber Coffe 52
Gambar 4.2 Variabel Cita Rasa pada Garis Kriterium 58
Gambar 4.3 Variabel Persepsi Harga pada Garis Kriterium 61
Gambar 4.4 Variabel Loyalitas Pelanggan pada Garis Kriterium 63
Gambar 4.5 Variabel Kepuasan Pelanggan pada Garis Kriterium 70
Gambar 4.11 Hasil Uji Model Regresi I 70
Gambar 4.12 Hasil Uji Model Regresi II 72
Gambar 4.13 Hasil *Sobel Test Calculator for the Significance on Mediation* 78
Gambar 4.14 Hasil Sobel Test Calculator for the Significance on Mediation 80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
	Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Surat Pengantar Kuesioner
Lampiran III	: Data Primer Hasil Kuesioner
Lampiran IV	: Output Hasil Perhitungan SPSS Versi 23
Lampiran V	: Tabel t (taraf Signifikansi 0,05)
	Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup