

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *SERVICE QUALITY*
DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi kasus pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat- syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

**Nama : Anggun Pangastuti
Nim : 18414707
Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Relationship Marketing*, *Service Quality* dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan
(Studi kasus pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo)
Nama : Anggun Pangastuti
NIM : 18414707
Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 03 November 1999
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk Diujikan Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Edi Santoso, SE., MM
NIDN. 0711037401

Ponorogo, 27 Juli 2022
Pembimbing II



Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127102

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :



Edi Santoso, SE., MM
NIDN. 0711037401



Naning Kristivana, SE., MM
NIDN. 0721117501



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *SERVICE QUALITY* DAN
FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi kasus pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo)**

Anggun Pangastuti

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHMMADIYAH PONOROGO

RINGKASAN

Perkembangan bisnis *coffee shop* di Ponorogo saat ini meningkat, hampir di seluruh penjuru kota dapat kita jumpai *coffee shop*. Keberadaan *coffee shop* bagi anak muda menjadi salah satu alternatif memanfaatkan waktu luang, belajar ataupun tujuan lainnya. Eksistensi kedai kopi atau *coffee shop* yang terus meningkat ini membuat persaingan pada pasar bisnis ini pun semakin ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Relationship Marketing*, *Service Quality* dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo). Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Jumlah sampel terdiri dari 100 orang, dengan menggunakan tehnik *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan pada kedai kopi Sor Sawo Ponorogo. (2) *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan pada kedai kopi Sor Sawo Ponorogo. (3) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan pada kedai kopi Sor Sawo Ponorogo. (4) *Relationship Marketing*, *Service Quality* dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kedai kopi Sor Sawo Ponorogo.

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, *Service Quality*. Fasilitas, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu terpanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas segala limpahan rahmatnya, ridho serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing, Service Quality* dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo)”.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu khususnya kepada :

1. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Naning Kristiyana, SE.,MM. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Edi Santoso, SE.,MM. dan Bapak Sri Hartono, SE.,MM. selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan arahan, petunjuk dan bantuannya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kedua orang tua saya, yang membuat saya bisa sampai di titik ini yang membantu dan mendukung saya baik secara moril maupun materil.
5. Terimakasih kepada teman-teman yang selalu mendukung dan membantu.
6. Terakhir, untuk diri saya sendiri terimakasih sudah mampu berusaha sudah mampu mempercayakan diri bahwa saya pasti mampu yang sampai akhirnya dapat menyelesaikan ini semua, semangat

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Ponorogo, 22 Juli 2022

Penulis,



Anggun Pangastuti

NIM: 18414707



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 22 Juli 2022



Anggun Pangastuti
NIM. 18414707

MOTTO

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu”

-Ali bin Abi Thalib



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	v
MOTTO.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Pemikiran	35
D. Hipotesis.....	35
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel Penelitian	40
C. Data Penelitian	42
D. Definisi Operasional Variabel.....	42
E. Metode Pengambilan Data	45
F. Metode Analisis Data.....	46
1. Uji Instrumen	46

2. Uji Regresi Berganda	47
3. Koefisien Determinasi (R ²).....	48
4. Uji Hipotesis	48
BAB IV.....	51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Perusahaan	51
B. Karakteristik Responden.....	52
C. Identifikasi Jawaban Respoden	55
D. Metode Analisis Data.....	66
BAB V.....	82
KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	88



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar beberapa kedai kopi / Coffee shop di kota Ponorogo	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3. 2 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Tabel 4. 2 Derkripsi responden berdasarkan usia	53
Tabel 4. 3Derkripsi responden berdasarkan kerutinan berkunjung	54
Tabel 4. 4 Jawaban responden terkait variabel Relationship Marketing (X1)	56
Tabel 4. 5 Jawaban responden terkait variabel Service Quality (X2).....	58
Tabel 4. 6 Jawaban responden terkait variabel Fasilitas (X3)	61
Tabel 4. 7 Jawaban responden terkait variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji T (Parsial)	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Negara Dengan Konsumsi Kopi Terbesar di Dunia	2
Gambar 2. 1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2. Tabulasi Data	94
Lampiran 3. Uji Instrumen	99
Lampiran 4. Uji Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji T, Uji F.....	102
Lampiran 5. R-tabel, T-tabel, F-tabel.....	104
Lampiran 6. Berita Acara	105

