

202010160311381
Beta Erhana Paramadina
Prodi Manajemen

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI PAWON BROMO CAFE DAN RESTO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Beta Erhana Paramadina

202010160311381

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PAWON BROMO CAFE DAN RESTO**

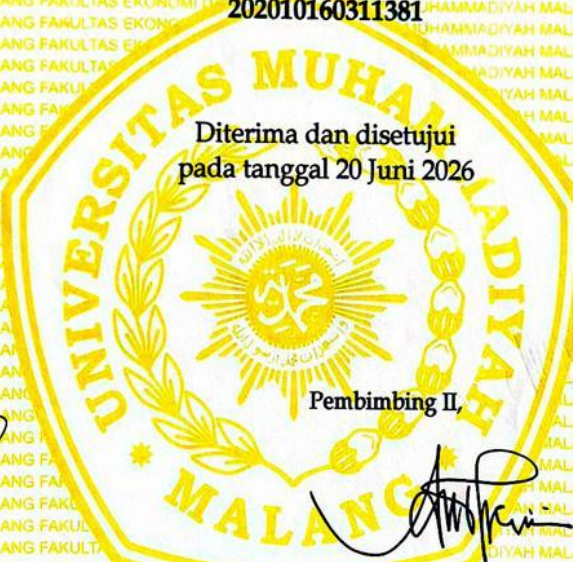
Oleh :
Beta Erhana Paramadina
202010160311381

Diterima dan disetujui
pada tanggal 20 Juni 2026

Pembimbing I,
Prof. Dr. Widayat, M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Pembimbing II,
Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Ketua Program Studi,

M. Drs. Wanyudi S, S.E., M.E., Ph.D
Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PAWON BROMO CAFE DAN RESTO

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Beta Erhana Paramadina

NIM : 202010160311381

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Juni 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Prof. Dr. Widayat, M.M.

Pembimbing II : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Yeyen Pratika, S.E., MBA., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,



M. Saiful Mujidi S, S.E., M.E., Ph.D.

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

202010160311381
Beta Erhana Paramadina
Prodi Manajemen

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Beta Erhana Paramadina
NIM : 202010160311381
Program Studi : Manajemen
Email : betaerhana62@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 29 Mei 2026
Yang membuat pernyataan



Beta Erhana Paramadina

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI PAWON BROMO CAFE DAN RESTO**

Beta Erhana Paramadina¹, Widayat², Sri Nastiti Andharini³

^{1,2,3}Management Department, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: betaerhana62@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan bisnis industri kuliner yang terus berkembang mendorong pengelola usaha untuk senantiasa meningkatkan mutu pelayanan dan produk agar pelanggan tetap loyal. Studi ini dilakukan guna menelaah sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan serta kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Pawon Bromo Cafe and Resto, Malang. Metode yang digunakan ialah penelitian kuantitatif yang menggunakan desain eksplanatori. Penentuan ukuran sampel dihitung berdasarkan rumus Cochran sehingga diperoleh 97 responden melalui teknik incidental sampling. Proses pengumpulan data dalam studi ini dilakukan melalui instrumen kuesioner, lalu dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda yang dioperasikan melalui program SPSS versi 27. Temuan analisis memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan maupun kualitas produk sama-sama memberikan kontribusi positif dan signifikan bagi loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas produk menjadi variabel yang paling dominan dalam memperkuat loyalitas konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek seperti rasa makanan, kebersihan, serta keberagaman menu menjadi pertimbangan utama pelanggan menjadi tindakan kunjungan ulang yang bersifat repetitif, adapun layanan optimal berkontribusi dalam membentuk pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan. Temuan studi ini diharapkan dapat berperan sebagai masukan untuk manajemen untuk menyusun skema pengembangan kualitas produk serta pelayanan untuk memperkuat daya saing usaha.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY
ON CUSTOMER LOYALTY
AT PAWON BROMO CAFE AND RESTO**

Beta Erhana Paramadina¹, Widayat², Sri Nastiti Andharini³

^{1,2,3}Management Department, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: betaerhana62@gmail.com

ABSTRACT

The continuous development of business competition in the culinary industry drives business managers to constantly improve service and product quality to maintain customer loyalty. This study aims to examine the extent to which service quality and product quality influence customer loyalty at Pawon Bromo Cafe and Resto, Malang, utilizing a quantitative research method with an explanatory design. The sample size was determined using the Cochran formula, resulting in 97 respondents selected through incidental sampling. Data collection was conducted via questionnaires and analyzed using the multiple linear regression method operated through SPSS version 27 software. The findings indicate that both service quality and product quality contribute positively and significantly to customer loyalty. Furthermore, product quality emerged as the most dominant variable in strengthening consumer loyalty. This suggests that aspects such as food taste, cleanliness, and menu variety are the primary considerations for customers in performing repetitive return visits, while optimal service contributes to creating a more satisfying customer experience. These findings are expected to serve as input for management in formulating quality development schemes to strengthen business competitiveness.

Keywords: Service Quality; Product Quality; Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Pawon Bromo Cafe dan Resto, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan kesempatan serta memfasilitasi penulis selama menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Malang
2. M.S. Wahyudi, S.E., M.E., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, atas dukungan sarana dan prasarana akademis yang diberikan kepada penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan pelayanan akademis yang sangat baik selama penulis menempuh kuliah di Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Prof. Dr. Widayat, M.M selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, meluangkan waktu, serta memberikan petunjuk yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
5. Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak meluangkan waktu untuk menelaah, memberikan koreksi, serta saran-saran terbaik demi penyempurnaan karya tulis ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Program Studi Manajemen, yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Kepada keluarga tercinta yang senantiasa mendoakan, berjuang, serta mencurahkan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan nasihat yang tiada

hentinya kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa, semangat, serta dukungan baik secara moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

8. Teman-teman kelas seperjuangan yang telah menjadi bagian dari perjalanan kuliah, saling berbagi ilmu, bertukar pikiran, dan melewati suka duka masa perkuliahan bersama-sama.
9. Saudara-saudaraku dan sahabat penulis yang selalu menghibur, memberi semangat, mendengarkan, mendukung penulis sampai sejauh ini.

Penulis tidak dapat membalas kebaikan tersebut dengan apa pun, selain memanjatkan doa tulus semoga segala keikhlasan dan bantuan yang telah Bapak, Ibu, keluarga, serta teman-teman sekalian berikan mendapatkan balasan pahala yang melimpah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca atau pihak-pihak yang membutuhkan.

Malang, 29 Mei 2026

Penulis



Beta Erhana Paramadina

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Landasan Teori	12
1. Loyalitas Pelanggan.....	12
2. Kualitas Pelayanan.....	15
3. Kualitas Produk	17
C. Keterkaitan antar Variabel	18
D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Lokasi Penelitian	23
B. Jenis Penelitian	23
C. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran	24
1. Variabel Penelitian.....	24
2. Definisi Operasional	24
3. Skala Pengukuran	26
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	27

1. Populasi	27
2. Sampel	27
3. Teknik Sampling.....	29
E. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	29
F. Uji Instrumen	31
1. Uji Validitas.....	31
2. Uji Reliabilitas	31
G. Uji Asumsi Klasik.....	31
1. Uji Normalitas	31
2. Uji Multikolinearitas.....	32
3. Uji Heteroskedastisitas.....	33
H. Analisis Regresi Linier Berganda	33
1. Uji Regresi secara Parsial (Uji t).....	34
2. Koefisien Determinasi Simultan (R^2).....	34
3. Uji Dominan (Koefisien Determinasi Parsial).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Penelitian	36
B. Hasil Uji Instrumen.....	41
C. Hasil Penelitian.....	44
D. Analisis dan Pembahasan.....	56
1. Uji Asumsi Klasik.....	56
2. Analisis Regresi Linier Berganda	59
3. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	27
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	43
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 9 Frekuensi Sebaran Jawaban pada Variabel Kualitas Pelayanan	49
Tabel 4. 10 Frekuensi Sebaran Jawaban pada Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4. 11 Frekuensi Sebaran Jawaban pada Variabel Loyalitas Pelanggan	54
Tabel 4. 12 Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov.....	57
Tabel 4. 13 Hasil uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Glejser	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial)	60
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan	62
Tabel 4. 17 Uji Dominan.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	20
Gambar 4. 1 Lantai 1 Pawon Bromo Cafe dan Resto	36
Gambar 4. 2 Lantai 2 Pawon Bromo Cafe dan Resto	37
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Pawon Bromo Cafe dan Resto	37
Gambar 4. 4 Alur Operasional Pawon Bromo Cafe dan Resto.....	39
Gambar 4. 5 Makanan Minuman Pawon Bromo Cafe dan Resto	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden.....	77
Lampiran 3 Hasil Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	80
Lampiran 4 Hasil Reliabilitas.....	83
Lampiran 5 Rangkuman Karakteristik Responden	84
Lampiran 6 Hasil Frekuensi Jawaban Responden	87
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Data Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	89
Lampiran 9 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	89
Lampiran 10 Hasil Uji Dominan.....	89
Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian.....	90
Lampiran 12 Sertifikat Plagiasi.....	94



DAFTAR PUSTAKA

- Aleron, B., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa ekspedisi j&t express yang dimoderasi oleh garansi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 24(2), 375-385.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1653–1664.
- Anggarawati, I. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(01), 40–49.
- Arifani, A. M., Widowati, I., & Permai, N. M. S. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Titi Orchids Yogyakarta. *Agriscience*, 2(3), 869-885.
- Beryl Aleron, Nurhadi. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express yang Dimoderasi oleh Garansi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 24(2), 375-385.
- Budiarno, dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226-233.
- Dewi, N. N., Rodli, A. F., & Septyan, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Ecopreneur*. 12, 5(1), 1–8.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2010). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. New York: McGraw-Hill
- Gunarwati, D. T. (2025). *Kemenperin: Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Kuartal II 2025 Capai 6,15 Persen*. Wwww.Indonesiamove.Com. https://www.indonesiamove.com/ekonomi/991535732/kemenperin-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-kuartal-ii-2025-capai-615-persen?utm_source=chatgpt.com

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Haroen, R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Nusantara Surya Sakti). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 1(2), 101-120.
- Janie, D. N. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan D'besto cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 11–21.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1), 33–44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.
- Putri, I. A. Y. M., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Warung Ko-Vietnam Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 214–219.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi promosi yang kreatif & analisis kasus integrated marketing communication. In *Language* (Vol. 11, Issue 273p). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sa'adah, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Fitness Center*.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2006). Metode Penelitian Survei, LP3ES. *Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.

- Surahman, I. G. N., Yasa, P. N. S., & Wahyuni, N. M. (2020). The effect of service quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction in tourism villages in Badung Regency. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 7(1), 46–52.
- Susnita, T. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada hotel Libra kadipaten Kabupaten Majalengka. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(1), 73–84.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Rahmanasari, T. E. (2017). Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi kasus pada Soerabi Bandung Enhaii cabang Rawamangun). *Media Studi Ekonomi*, 20(1).
- Warganegara, T. L., & Alviyani, D. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik kecantikan Puspita cabang Kotabumi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2).
- Widayat. (2016). *Analisis data penelitian: Konsep dan aplikasi pada penelitian kuantitatif*. UMM Press.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw Hill.