



**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN KOPI KENANGAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN KOPI KENANGAN
GENERASI Z DI DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

WAHYU ALFIANSYAH 1910111170

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN KOPI KENANGAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN KOPI KENANGAN
GENERASI Z DI DKI JAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

WAHYU ALFIANSYAH 1910111170

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Wahyu Alfiansyah

NIM : 1910111170

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan berlaku.

Jakarta, 20 Juli 2023



(Wahyu Alfiansyah)

PERNYATAAN PESETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas kademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Alfiansyah
NIM : 1910111170
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pembangunan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Analisis Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan (Studi Kasus pada Konsumen
Kopi Kenangan Generasi Z di DKI Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk perangkat data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Juli 2023


(Wahyu Alfiansyah)

ANALYSIS OF CUSTOMER LOYALTY AT KOPI KENANGAN (A CASE STUDY OF GENERATION Z CUSTOMERS IN DKI JAKARTA)

By Wahyu Alfiansyah

Abstract

This study aims to analyze the factors influencing customer loyalty among Generation Z customers of Kopi Kenangan in DKI Jakarta. The factors examined include product quality, service quality, and sales promotion. The research method employed was non-probability sampling using purposive sampling. A total of 104 respondents who have purchased Kopi Kenangan products in DKI Jakarta at least 3 times were selected as the study sample. Primary data were obtained through the distribution of questionnaires and analyzed using PLS (SmartPLS 3.0) software. The results of the study indicate that product quality has a positive and significant impact on customer loyalty. However, service quality does not have a significant influence on customer loyalty. On the other hand, sales promotion has a positive and significant impact on customer loyalty of Kopi Kenangan Generation Z in DKI Jakarta.

Keywords: Customer loyalty, product quality, service quality, sales promotion, Kopi Kenangan Generation Z, DKI Jakarta.

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN KOPI KENANGAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN KOPI KENANGAN GENERASI Z DI DKI JAKARTA)

Oleh Wahyu Alfiansyah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada konsumen Kopi Kenangan Generasi Z di DKI Jakarta. Faktor-faktor yang diteliti meliputi kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah non probability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Sebanyak 104 responden yang pernah membeli produk Kopi Kenangan Generasi Z di DKI Jakarta minimal 3 kali menjadi sampel penelitian. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan Program PLS (SmartPLS 3.0). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Di sisi lain, promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kenangan Generasi Z di DKI Jakarta.

Kata kunci: Loyalitas pelanggan, kualitas produk, kualitas layanan, promosi penjualan, Kopi Kenangan Generasi Z, DKI Jakarta.

SKRIPSI

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN KOPI KENANGAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN KOPI KENANGAN
GENERASI Z DI DKI JAKARTA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Wahyu Alfiansyah 1910111170

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 05 Juli 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE, MM., Ph.D
Ketua Penguji



Rosali, SE, MM
Penguji I




Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis



Yulinar, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidayati, SE, MM
Ketua Program Studi SI
Manajemen

Disahkan di: Jakarta
Pada tanggal: 05 Juli 2023



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2022/2023**

Hari ini Rabu , tanggal 05 Juli 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Wahyu Alfiansyah**

No.Pokok Mahasiswa : **1910111170**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN KOPI KENANGAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN KOPI
KENANGAN GENERASI Z DI DKI JAKARTA)**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus-*)*

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2.
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 05 Juli 2023

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprod. Manajemen

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini. Penelitian ini merupakan syarat penulis untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen S1 dan Ibu Yuliniar, SE, MM selaku Dosen Pembimbing, atas arahan dan bimbingan yang berharga. Penulis juga berterima kasih kepada Ibu Diana Triwardhani SE, MM, Ph.D selaku Ketua Penguji, dan Ibu Rosali, SE, MM selaku Penguji 1, yang telah memberikan waktu dan masukan yang berarti.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman, Dewy, Amel, Rafi, Dzul, Steven, Katrin, Herdi, dan Daffa, atas semangat dan dukungan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan. Namun, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan tentang loyalitas pelanggan di industri kopi, khususnya pada segmen pelanggan Generasi Z.

Akhir kata, penulis berharap penelitian ini bermanfaat dan dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya.

Jakarta, 20 Juli 2023

Wahyu Alfiansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.3.1 Loyalitas Pelanggan	11
2.1.3.2 Faktor – faktor Loyalitas Pelanggan	13
2.1.4 Kualitas Produk.....	14
2.1.5 Kualitas Layanan.....	16
2.1.6 Promosi Penjualan.....	18
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
2.3 Model Penelitian Empirik	30
2.3.1 Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.3.2 Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.3.3 Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1 Definisi Operasional.....	33
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1 Jenis Data	37

3.3.2 Sumber Data.....	37
3.3.3 Pengumpulan Data	38
3.4 Teknik Analisis Data.....	39
3.4.1 Teknik Analisis Deskriptif	40
3.4.2 Teknik Analisis Inferential.....	42
3.4.3 Uji Validitas	43
3.4.4 Uji Reliabilitas	44
3.4.5 Uji Hipotesis	46
3.4.5.2 Uji Q Square.....	46
3.4.5.3 Uji T.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2 Deskripsi Data Penelitian	50
4.2.1 Deskripsi Data Responden	50
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	53
4.4 Analisis Data Inferential	58
4.4.1 Model Pengukuran (Outer Model).....	58
4.4.2 Model Struktural (Inner Model).....	64
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	69
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	70
4.5.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	72
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	76
RIWAYAT HIDUP	78
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 3. Skala Likert	37
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 5. Urutan Jawaban Responden: Skala Likert	39
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks.....	40
Tabel 7. Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha	45
Tabel 8. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 9. Karakteristik Berdasarkan Usia	50
Tabel 10. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 11. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	52
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan...	54
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan.	55
Tabel 16. Hasil Nilai Outer Loading Factor.....	58
Tabel 17. Hasil AVE.....	59
Tabel 18. Cross Loading	60
Tabel 19. Hasil Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	62
Tabel 20. Nilai Hasil dari R Square	64
Tabel 21. Hasil Predictive Relevance (Q2).....	65
Tabel 22. Uji T Statistik.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsumsi Kopi Tertinggi di Dunia.....	1
Gambar 2. Konsumsi Kopi Indonesia Periode 2020/2021.....	2
Gambar 3. Jumlah Produksi Kopi di Indonesia (2017-2021)	2
Gambar 4. Volume Penjualan Kopi Siap Minum Indonesia.....	4
Gambar 5. Kedai Kopi Lokal Terfavorit.....	5
Gambar 6. Kerangka Model Penelitian.....	31
Gambar 7. Langkah-langkah PLS	42
Gambar 8. Hasil Outer Model.....	57
Gambar 9. Hasil Inner Model.....	64