



**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA LOYALITAS
PELANGGAN KOPI JAGO**

SKRIPSI

SATRIA WISAL 2110111260

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**



**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA LOYALITAS
PELANGGAN KOPI JAGO**

SKRIPSI

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

SATRIA WISAL 2110111260

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Satria Wisal

Nim : 2110111260

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

Jakarta, 5 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Satria Wisal

PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satria Wisal
Nim : 2110111260
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan 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:

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Loyalitas Pelanggan Kopi Jago

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

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 19/12/2024

Yang Menyertakan,



Satria Wisal

LEMBAR PENGESAHAN


SKRIPSI


**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA LOYALITAS PELANGGAN KOPI JAGO**


Dipersiapkan dan disusun oleh:

SATRIA WISAL 2110111260

Telah dipertahankam di depan Tim Penguji pada tanggal: 19 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dienni-Ruhjatini Sholihah, SE., MM
Ketua Penguji


Yulinar, SE., MM
Penguji I


Drs. Nobelsa, MM
Penguji II



Dr. Jubaidah, SE., MM
Dekan


Siti Hidavati, SE., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Desember 2024

THE EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE ON CUSTOMER LOYALTY FOR JAGO COFFEE

By : Satria Wisal

Abstract

This study aims to analyze the effect of product quality and price on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (study on Kopi Jago customers in South Jakarta). The research method uses a quantitative approach with a survey of 123 respondents through non-probability sampling techniques. The sampling technique was carried out by nonprobability sampling, namely purposive sampling. The data used is primary data and data collection through questionnaires distributed using Google Form. The data analysis technique uses descriptive and inferential analysis. The results of this study indicate that price has a positive influence on customer satisfaction, also price has a positive influence on customer loyalty. Furthermore, product quality has a positive influence on customer satisfaction, but product quality has no effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty. Price has a positive influence on customer loyalty through customer satisfaction. Then, product quality has a positive influence on customer loyalty through customer satisfaction. This research provides practical implications for Kopi Jago to continue to improve product quality and design effective marketing strategies in building customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: product quality, customer loyalty, price, and customer satisfaction

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOPI JAGO

Oleh : Satria Wisal

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan Kopi Jago di Jakarta Selatan). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei kepada 123 responden melalui teknik pengambilan sampel non-probabilitas. Teknik pengambilan sample dilakukan dengan nonprobability sampling yaitu purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar menggunakan *Google Form*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Data dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, juga harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, tetapi kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Lalu, kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi Kopi Jago untuk terus meningkatkan kualitas produk dan merancang strategi pemasaran yang efektif dalam membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kualitas produk, loyalitas pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Loyalitas Pelanggan Kopi Jago”**

Adapun skripsi dibuat sebagai syarat mencapai gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan. Pihak tersebut diantaranya:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan izin untuk penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan dalam penyusunan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan.
4. Drs. Nobelson M.M., CPM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, nasihat, serta masukan yang bermanfaat kepada penulis selama menyusun penelitian dan kehidupan di kampus.
5. Kedua orang tua dan kakak saya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
6. Farrel, Nadhif, Syahren, Hasan, Fattan, Fadli, Abiyyu, Fadjri, Leon dan semua teman-teman yang telah menjadi pendengar dan pendorong semangat selama kuliah.
7. Sharfina Fildzah yang telah membantu dan memberikan dukungan moral.
8. Management Jazz Project yang telah mengajarkan apa itu kebahagiaan.
9. Squier Telecaster dan Enya Nova Go yang telah menemani penulis selama penulisan penelitian ini,
10. Simba, Gina, Ginul, Ciweng, dan Kuyus (kucing-kucing) yang telah memberi dukungan moral serta menghibur penulis.
11. Segenap keluarga “Lintong Kos” yang telah mengajarkan apa arti dari memperjuangkan sesuatu.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan penelitian ini lebih baik lagi. Adapun harapan penulis, semoga penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 11 November 2024

Satria Wisal

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i	
HALAMAN JUDUL	ii	
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii	
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv	
LEMBAR PENGESAHAN	v	
<i>Abstract</i>	vi	
Abstrak	vii	
DAFTAR ISI	x	
DAFTAR TABEL	xii	
DAFTAR GAMBAR	xiii	
DAFTAR LAMPIRAN	xiv	
BAB I	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Rumusan Masalah.....	8
1.3	Tujuan Penelitian.....	8
1.4	Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1	Landasan Teori	10
2.1.1	Manajemen Pemasaran	10
2.1.2	Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3	Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.4	Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.5	Harga	16
2.1.6	Kualitas Produk	19
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Model Penelitian.....	31
2.3.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
2.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	32
2.3.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33
2.3.6	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	33
2.3.7	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	33
2.4	Hipotesis	34
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Definisi Operasional dan Penentuan Variabel.....	35
3.1.1	Definisi Operasional.....	35
3.1.2	Penentuan Variabel	36
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	37
3.2.1	Populasi	37
3.2.2	Sampel	37

3.3	Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1	Jenis Data.....	39
3.3.2	Pengumpulan Data.....	39
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	40
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	41
3.4.2	Teknik Analisis Inferensial.....	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1	Deskripsi Data Penelitian	56
4.1.1	Deskripsi Data Penelitian	56
4.2	Uji Hipotesis dan Analisis	58
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	58
4.2.2	Analisis Data Inferensial	62
4.2.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
4.2.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	69
4.2.5	Uji VAF	73
4.3	Pembahasan	75
4.3.1	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	75
4.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
4.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	78
4.3.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	80
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	82
4.3.6	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.....	83
4.3.7	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Keterbatasan Penelitian	90
5.3	Saran	90
	DAFTAR PUSTAKA.....	92
	LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	37
Tabel 3. Skala Likert.....	39
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen.....	40
Tabel 5. Interpretasi Nilai Indeks.....	42
Tabel 6. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	58
Tabel 7. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	59
Tabel 8. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Harga	60
Tabel 9. Analisis Data Deskriptif Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 10. Nilai Output Outer Loading	64
Tabel 11. Nilai Cross Loading dan Average Variance Extracted (AVE).	65
Tabel 12. nilai Average Variance Extracted (AVE)	66
Tabel 13. Nilai Composite Reliability	67
Tabel 14. Hasil uji R-Square.....	69
Tabel 15. Hasil Uji Q-Square.....	70
Tabel 16. hasil uji t-statistik, original sample, dan p-value	72
Tabel 17. Uji Mediasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Jumlah Kedai Kopi.....	1
Gambar 2. Data Konsumsi Kopi Indonesia 2023	2
Gambar 3. Data Konsumsi Kopi di Indonesia 2023	4
Gambar 4. Sepeda Gerobak Kopi Jago	7
Gambar 5. Model Penelitian	31
Gambar 6. Langkah Partial Least Square (PLS)	43
Gambar 7. Inner Model.....	44
Gambar 8. Outer Model	45
Gambar 9. Diagram Jalur	45
Gambar 10. Logo Kopi Jago	54
Gambar 11. Karakteristik responden berdasarkan domisili	56
Gambar 12. Karakteristik usia responden dengan angka	57
Gambar 13. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
Gambar 14. Outer Loading	63
Gambar 15. Inner Model.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	95
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	100
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	113
Lampiran 4. Analisis Data Deskriptif	115
Lampiran 5. Hasil Data Penelitian	117