



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN FORE COFFEE**

SKRIPSI

SILVIA NAFISAH 2210111248

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN FORE COFFEE**

SKRIPSI

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

SILVIA NAFISAH 2210111248

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Silvia Nafisah

NIM : 2210111248

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

Jakarta, 10 Oktober 2025

Yang menyatakan,



Silvia Nafisah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Silvia Nafisah
NIM : 2210111248
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 Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dimediasi
Kepuasan Pelanggan Fore Coffee***

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 pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 11 Januari 2026

Yang menyatakan,


Silvia Nafisah

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN FORE COFFEE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SILVIA NAFISAH 2210111248

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 17 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dra. Anatasia Bernadin Dwi Mardiatmi, MM., CPM
Ketua Penguji



Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc.
Penguji I



Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA., CWM
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Siti Hidayati, SE., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Desember 2025

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AT FORE COFFEE

By Silvia Nafisah

Abstract

The increasing growth of the coffee industry in Indonesia has encouraged Fore Coffee to adapt by improving the quality of its services and products to maintain customer loyalty. However, Fore Coffee still faces challenges related to the consistency of service and product quality, which have the potential to affect customer satisfaction. This study aims to determine, analyze, and prove whether service quality and product quality can influence Fore Coffee customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable. Data were collected from 130 respondents in South Jakarta through a Google Form survey and analyzed using SEM-PLS through SmartPLS 4. The results show that service quality and product quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction also has a significant direct effect on loyalty. In addition, service quality and product quality have a significant effect on loyalty through customer satisfaction as a mediator. The findings of this study indicate that consistent improvements in service quality and optimal products can increase satisfaction and ultimately result in customer loyalty for Fore Coffee. Therefore, to ensure the sustainability and competitiveness of Fore Coffee, strategies to improve service quality and product quality are crucial to continue implementing

Keywords: *Customer Satisfaction, Loyalty, Product Quality, and Service Quality.*

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN FORE COFFEE

Oleh Silvia Nafisah

Abstrak

Peningkatan pertumbuhan industri kopi di Indonesia mendorong Fore Coffee untuk beradaptasi dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun, Fore Coffee masih menghadapi tantangan terkait konsistensi pelayanan dan kualitas produk yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Fore Coffee dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Data dikumpulkan dari 130 responden melalui survei Google Form dan dianalisis menggunakan SEM-PLS melalui SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas. Selain itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang konsisten serta produk yang optimal dapat meningkatkan kepuasan dan akhirnya menghasilkan loyalitas pelanggan Fore Coffee. Oleh karena itu, untuk memastikan keberlanjutan Fore Coffee, strategi peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat penting untuk terus diterapkan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Rabu, tanggal 17 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Silvia Nafisah

NIM : 2210111248

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Dimediasi
Kepuasan Pelanggan Fore Coffee

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi, MM, CPM	Ketua	
2	Princhita Nabila Maram Pahlawan, S.M., M.Sc.	Anggota I	
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 17 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pelanggan Fore Coffee”**.

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

1. Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan izin untuk penulisan penelitian.
2. Dr. Dewi Cahyani Pangestuti., S.E., M.M., selaku Ketua jurusan Manajemen yang telah memberikan arahan dalam penyusunan penelitian.
3. Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Kepala program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan.
4. Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM. Selaku Dosen Pembimbing senantiasa bersabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, mendukung, serta memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Kedua orang tua penulis yang tiada hentinya memberikan dukungan, doa, serta kesabaran yang senantiasa membersamai setiap langkah penulis, sehingga mampu membuat penulis termotivasi dan terus berusaha untuk menyelesaikan penelitian dan meraih gelar Sarjana Manajemen.
6. Sahabat dan teman terdekat penulis yang telah menjadi pendengar dan pendorong semangat penulis untuk dapat bertahan dan menyelesaikan penelitian ini.

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. Semoga penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 17 Desember 2025

Silvia Nafisah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.5 Kualitas Pelayanan	17
2.1.6 Kualitas Produk	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Model Penelitian	27
2.3.1 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3.2 Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.3.3 Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	28
2.3.4 Kualitas Produk Terhadap Loyalitas	28
2.3.5 Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas.....	29
2.3.6 Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	29

2.3.7	Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	30
2.4	Hipotesis.....	30
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1	Jenis Data	34
3.3.2	Sumber Data	34
3.3.3	Pengumpulan Data	34
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	35
3.4.1	Analisis Data Deskriptif.....	35
3.4.2	Teknik Analisis Data Inferensial	37
3.5	Uji SEM.....	40
3.5.1	Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect)	40
3.5.2	Uji Mediasi (Indirect Effect)	41
3.6	Kerangka Model Penelitian.....	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2	Deskripsi Data Penelitian	45
4.2.1	Deskripsi Data Responden	45
4.2.2	Analisis Data Deskriptif.....	48
4.3	Analisis Data Inferensial	53
4.3.1	Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)	53
4.3.2	Evaluasi Inner Model (Model Struktural)	60
4.4	Uji Hipotesis dan Analisis	65
4.4.1	Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect)	66
4.4.2	Uji Mediasi (Indirect Effect)	67
4.5	Pembahasan.....	70
4.5.1.	Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.5.2	Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.5.3.	Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas	73
4.5.4.	Kualitas Produk terhadap Loyalitas	74
4.5.5	Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas.....	75
4.5.6	Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	77
4.5.7	Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	78

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1	Simpulan.....	80
5.2	Keterbatasan Penelitian	82
5.3	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....		84
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data Top Brand Index Kedai Kopi (2024)	4
Tabel 2.	Ulasan pada Google Review (2025).....	6
Tabel 3.	Rating Aplikasi Pelayanan Kedai Kopi.....	7
Tabel 4.	Matriks Penelitian Terdahulu	25
Tabel 5.	Pengukuran Variabel	32
Tabel 6.	Kisi-Kisi Instrumen.....	34
Tabel 7.	Interpretasi Nilai Indeks	36
Tabel 8.	Data Deskriptif Variabel Loyalitas	49
Tabel 9.	Data Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	50
Tabel 10.	Data Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	51
Tabel 11.	Data Deskriptif Variabel Kualitas Produk	52
Tabel 12.	Nilai Outer Loading	54
Tabel 13.	Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 14.	Nilai Average Variance Extracted (AVE)	56
Tabel 15.	Nilai Cross Loading Loyalitas (Y)	57
Tabel 16.	Nilai Cross Loading Kepuasan Pelanggan (Z)	58
Tabel 17.	Nilai Cross Loading Kualitas Pelayanan (X1)	58
Tabel 18.	Nilai Cross Loading Kualitas Produk (X2)	59
Tabel 19.	Hasil Nilai HTMT	59
Tabel 20.	Nilai Variance Inflation Factor (VIF).....	61
Tabel 21.	Hasil uji R^2	62
Tabel 22.	Hasil Uji f^2	63
Tabel 23.	Nilai Q^2_{predict} dari Prosedur PLS _{predict}	64
Tabel 24.	Perbandingan RMSE dan MAE	65
Tabel 27.	Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect)	66
Tabel 28.	Menafsirkan Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)	68
Tabel 29.	Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect).....	68
Tabel 30.	Perhitungan effect size Mediasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Negara Produksi Kopi Terbesar	1
Gambar 2. Jumlah Gelas Kopi yang Dikonsumsi Masyarakat Indonesia dalam Sehari	2
Gambar 3. Model Penelitian	27
Gambar 4. Outer Model	38
Gambar 5. Inner Model	39
Gambar 6. Prosedur Analisis Mediasi	41
Gambar 7. Model Jalur (Path Model) Penelitian	43
Gambar 8. Logo Fore Coffee	44
Gambar 9. Karakteristik Jenis Kelamin	45
Gambar 10. Karakteristik Usia Responden	46
Gambar 11. Karakteristik Wilayah Aktivitas	47
Gambar 12. Karakteristik Pekerjaan Responden	48
Gambar 13. Outer Loading	53
Gambar 14. Model Struktural (Inner Model)	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Butir Pernyataan Kuesioner
- Lampiran 3. Data Kuesioner 130 Responden
- Lampiran 4. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Hasil indeks Three Box Method
- Lampiran 6. Path Model SEM-PLS
- Lampiran 7. Output Analisis Data SmartPLS
- Lampiran 8. Ulasan atas Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Fore Coffee