

THESIS

**DETERMINAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
KEDAI KOPI DI PONTIANAK**



MARIA VERONIKA TRISANTI
No Mhs. 215026463

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2022**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Maria Veronika Trisanti
Nomor Mahasiswa : 215026463/PS/MM
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Determinan Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi di Pontianak

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. Dra. J. Ellyawati, M.M	31 Januari 2023	
Drs. Parnawa Putranta M., MBA.Ph.D.	31 Januari 2023	
W Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D	31 Januari 2023	

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Dekan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Dr. Jeanne Ellyawati, MM

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL & PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	7
2.1. Kualitas Pelayanan.....	7
2.2. Suasana Toko.....	8
2.3. Kewajaran Harga.....	9
2.4. Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
2.5. Kepuasan Konsumen.....	11
2.6. Loyalitas Pelanggan.....	12
2.7. Penelitian Terdahulu.....	13
2.8. Pengembangan Hipotesis.....	17
2.8.1. Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	17
2.8.2. Pengaruh Antara Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan....	18
2.8.3. Pengaruh Antara Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	19
2.8.4. Pengaruh Antara Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.8.5. Pengaruh Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	21
2.8.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
2.8.7. Pengaruh Antara Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan....	23
2.8.8. Pengaruh Antara Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.8.9. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
2.8.10. Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Dalam Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Kewajaran Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
2.9. Model Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Lingkup Penelitian.....	28
3.2. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	29

3.3.1.	Definisi Operasional Variabel	29
3.3.2.	Pengukuran Variabel.....	31
3.4.	Metode Analisis Data	32
3.4.1.	Analisis Statistik Deskriptif Responden	32
3.4.2.	Teknik Analisis SEM-PLS.....	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	40
4.1.1.	Validitas	40
4.1.2.	Reliabilitas	43
4.1.3.	Deskripsi Responden	43
4.1.4.	Deskripsi Tanggapan Responden.....	47
4.1.5.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	57
4.2.	Analisis Pengaruh Langsung	59
4.3.	Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	60
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	61
4.4.2.	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan.	63
4.4.3.	Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	64
4.4.4.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.	65
4.4.5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.	66
4.4.7.	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
4.4.9.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.	69
4.4.10.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.....	70
4.4.11.	Pengaruh Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.....	70
BAB V	PENUTUP	72
5.1.	Simpulan.....	72
5.2.	Implikasi Manajerial	77
5.3.	Keterbatasan Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

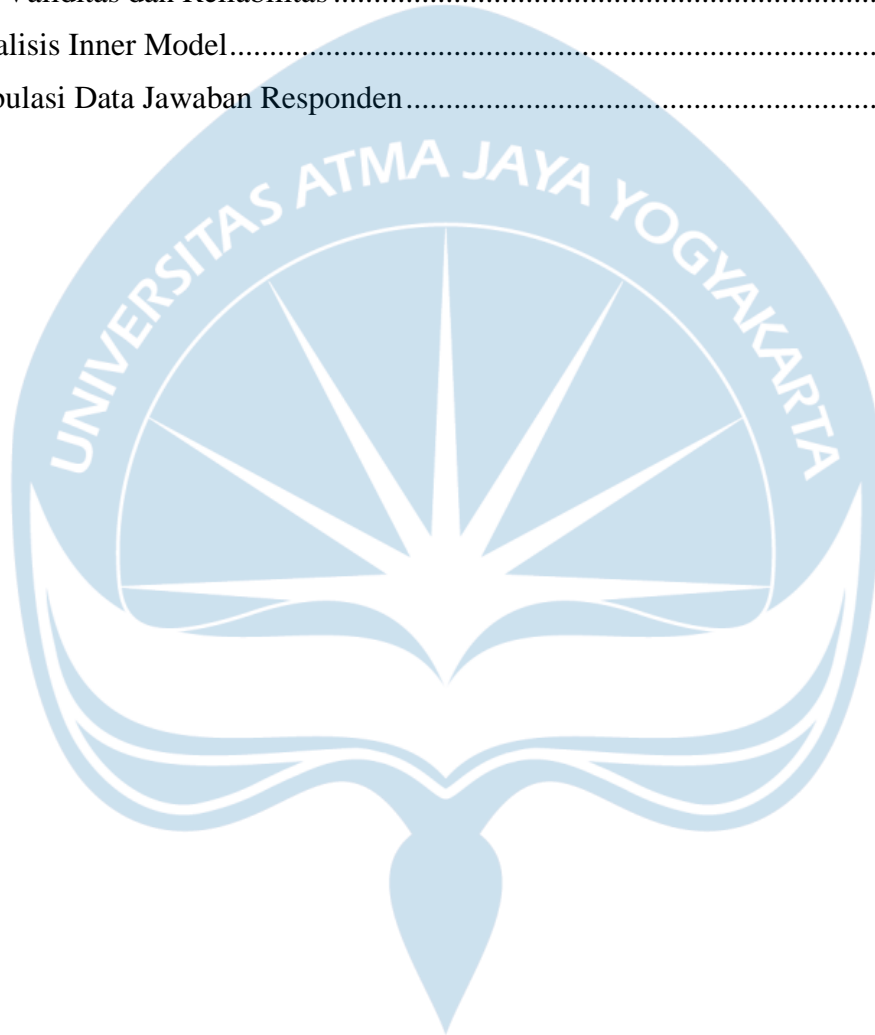
	Halaman
Tabel 3.1_Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2_Frekuensi Skala Likert	32
Tabel 3.3_Kriteria Skor Tanggapan Responden	32
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi SEM-PLS.....	38
Tabel 4.1 <i>Outer Loading</i> dan AVE.....	40
Tabel 4.2_Nilai <i>Cross Loading</i>	42
Tabel 4.3_Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	43
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.5_Penilaian Responden Terhadap Variabel Susana Toko.....	49
Tabel 4.6_Penilaian Responden Terhadap Variabel Kewajaran Harga	50
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Citra Merek	52
Tabel 4.8_Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	54
Tabel 4.9_Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	55
Tabel 4.10_Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	57
Tabel 4.11 Analisis Pengaruh Langsung.....	59
Tabel 4.12 Analisis Pengaruh Tidak Langsung	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Model Penelitian.....	27
Gambar 3.2 Model Kausal Tiga Variabel NonRekursif.....	37
Gambar 3.3. Model Mediasi.....	37
Gambar 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	44
Gambar 4.2 Usia Responden Saat Ini	44
Gambar 4.3 Deskripsi Status Pendidikan Terakhir.....	45
Gambar 4.4 Pengeluaran Bulanan Untuk Makanan Dan Minuman.....	46
Gambar 4.5 Deskripsi Pekerjaan Responden.....	46
Gambar 4.6 Jumlah Kunjungan ke Coffee Shop dalam Satu Bulan	47
Gambar 4.7 Evaluasi Model Struktural.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran Kuesioner.....	83
Lampiran Kuesioner Asli	89
Uji Validitas dan Reliabilitas	90
Analisis Inner Model.....	93
Tabulasi Data Jawaban Responden.....	104



ABSTRAK

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, suasana kedai, kewajaran harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada kedai kopi di Pontianak yaitu CW Coffee, Aming Coffee dan Kopikoe. Teknik pengambilan sampel nonprobability sampling berupa purposive sampling. Analisis data menggunakan path analysis dengan SEM (Structural Equation Model) SmartPLS 3.3.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana toko, kewajaran harga, citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan, kewajaran harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kualitas pelayanan dan suasana toko tidak berpengaruh loyalitas pelanggan. Secara statistik kepuasan pelanggan mampu memediasi variabel suasana toko, kewajaran harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan, Akan tetapi kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kedai kopi di Pontianak.

Keywords: Loyalitas Pelanggan, Layanan Toko, Suasana Toko, Kedai Kopi dan Kepuasan Pelanggan