

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GERAJ KUPI DI JAKARTA  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: ANDIKA DHARMA WIJAYA**

**NPM: 115190038**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**KONSENTRASI PEMASARAN**

**JAKARTA**

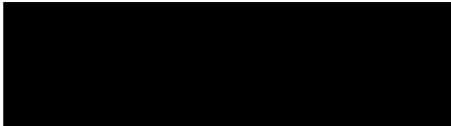
**2023**

# SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :  
Nama Mahasiswa : Andika Dharma Wijaya  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115190038  
Program Studi : S1 Manajemen  
Alamat : 

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 3 Juli 2023



Andika Dharma Wijaya

### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : Andika Dharma Wijaya  
NIM : 115190038  
PROGRAM/JURUSAN : S1/ Manajemen  
KONSENTRASI : Pemasaran  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

Jakarta, 3 Juli 2023

Pembimbing,



(Frangky Slamet, SE., M.M.)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

### HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI


NAMA : Andika Dharma Wijaya  
NIM : 115190038  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / Manajemen  
KONSENTRASI : Pemasaran  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal ...18... Juli 2023 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : -OEY HANNES WIJAJA, S.E., M.M., M.KOM.
2. Anggota Penguji : -FRANGKY SLAMET, S.E., M.M.  
-EDALMEN, S.E., M.M.

Jakarta, 25 Juli 2023

Pembimbing,

  
(Frangky Slamet S.E., M.M.)

## **ABSTRACT**

***TARUMANAGARA UNIVERSITY***

***FACULTY ECONOMIC AND BUSINESS***

***JAKARTA***

(A) ANDIKA DHARMA WIJAYA

(B) THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY  
ON CUSTOMER LOYALTY AT COFFEE SHOPS IN JAKARTA WITH  
CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLE

(C) XVI, 76 pages, 2023, Figure 12, Table 21, Appendix 20

(D) Abstract: The purpose of this research is to test service quality, customer satisfaction, product quality on customer loyalty. This study used a sample of 100 coffee shop customers in Jakarta. The data collection technique used was convenience sampling by distributing online questionnaires. Data were analyzed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique in the SmartPLS 3 program. The results of this study are service quality, customer satisfaction, product quality positively affect customer loyalty and customer satisfaction mediates the relationship between product quality and customer loyalty, and customer satisfaction mediates the relationship between service quality and customer loyalty at coffee shops in Jakarta.

(E) Daftar Pustaka (2006-2023)

(F) Frangky Slamet, SE., M.M.

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

(A) ANDIKA DHARMA WIJAYA

(B) PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GERAJ KOPJ DI JAKARTA  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(C) XVI + 76 halaman, 2023, Gambar 12, Lajiran 20, Tabel 21

(D) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 pelanggan gerai kopi di Jakarta. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah convenience sampling dengan menyebarkan kuesioner online. Data dianalisis dengan menggunakan teknik Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) pada program SmartPLS 3. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kualitas produk secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan memediasi hubungan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.

(E) Daftar Pustaka (2006-2023)

(F) Frangky Slamet, SE., M.M.

## **HALAMAN MOTTO**

"Saya tidak hidup dengan masa lalu. Saya hidup untuk hari ini dan besok."

Thomas Alva Edison

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Papa dan Mama tercinta,

Keluarga yang saya sayangi,

Dan seluruh sahabat dan teman yang saya kasihin.



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkah dan anugerahnya sehingga skripsi saya yang berjudul “Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi” dapat diselesaikan dengan baik guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi S-1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara.

Penyelesaian penyusunan skripsi ini tentu saja tidak lepas dari kontribusi seluruh pihak yang telah membantu memberikan bimbingan, dukungan emosional, motivasi, dan semangat selama proses pengerjaan skripsi, saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya. Kepada yang terhormat:

1. Bapak Frangky Slamet. S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan petunjuk, arahan, perhatian dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Seluruh dosen, staf pengajar, staf administrasi, dan staf perpustakaan yang telah mendidik, memberikan banyak ilmu serta pengetahuan, dan memberikan layanan terbaik selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Kepada orangtua saya, Rosianah (Mama), Suwanto (Papa) yang telah memberikan dukungan serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
5. Kepada koko dan adek saya Prasetyo virya wijaya, Darwin triyadi wijaya, Kevin kurnia wijaya yang telah memberi dukungan dan dorongan selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Sahabat saya dari vihara hingga sekarang, yaitu Akira, kenwin, Jason, Jovan, Sheny, Nathania, Celine, Jane, Phohan, Ferdinand yang telah memberikan dukungan emosional dan semangat dalam pembuatan skripsi ini.
7. Sahabat saya semasa kuliah, yaitu Kevin, Jason, Afdi, Darrly, Valdy, Hensen yang telah memberikan dukungan emosional dan membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.
8. Teman-teman sesama bimbingan skripsi, yaitu Jovian Hermawan, Chintia Agustina Fauzi yang saling membantu dan mendukung satu sama lain agar skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
9. Seluruh pihak yang sudah ikut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sangat di harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, .... Juli 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andika Dharma Wijaya'. The signature is stylized and cursive, with a large, prominent initial 'A'.

Andika Dharma Wijaya

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah .....	7
3. Batasan Masalah.....	7
4. Rumusan Masalah .....	8
B. Tujuan dan Manfaat .....	8
1. Tujuan Penelitian .....	8
2. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10

A.	Gambaran Umum Teori .....	10
B.	Definisi Konseptual Variabel.....	13
C.	Kaitan Antar variabel.....	18
D.	Penelitian Relevan .....	21
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....		33
A.	Desain Penelitian .....	33
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel .....	33
1.	Populasi.....	33
2.	Teknik Pemilihan Sampel .....	33
3.	Ukuran Sampel Populasi.....	34
C.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen .....	35
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	39
E.	Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
A.	Deskripsi Subjek Penelitian .....	49
1.	Jenis Kelamin .....	49
2.	Usia .....	50
3.	APAKAH GERAI KOPI MENJADI SALAH SATU PILIHAN UNTUK BERKUMPUL .....	51
4.	KOPI APA YANG SERING DIKONSUMSI .....	51
5.	SUDAH BERAPA LAMA ANDA MENYUKAI KOPI.....	52
6.	KAPAN WAKTU TERBAIK ANDA SAAT MENIKMATI KOPI .....	52

B. Deskripsi Objek Penelitian .....	53
1. Kualitas Pelayanan .....	53
2. Kualitas Produk.....	54
3. Kepuasan pelanggan.....	55
C. Hasil Analisis Data .....	58
1. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	58
2. Predictive Relevance (Q <sup>2</sup> ).....	59
3. Path Coefficients .....	59
4. Effect Size (f <sup>2</sup> ).....	61
5. Uji Hipotesis <i>Significance</i> .....	62
6. <i>Indirect Effect</i> (Analisis Mediasi).....	64
D. Pembahasan .....	67
BAB V PENUTUP .....	74
A. Kesimpulan .....	74
B. Keterbatasan dan Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
DAFTAR LAMPIRAN.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	101
HASIL PEMERIKSAA TURNITIN .....	102

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan .....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Service Quality .....	36
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Product Quality .....	37
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Customer Satisfaction.....	38
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Customer Loyalty .....	38
Tabel 3.5 Hasil Nilai Average Variance Extracted.....	40
Tabel 3.6 Hasil Nilai Outer Loadings dari setiap indikator .....	40
Tabel 3.7 Hasil Nilai Outer Loadings dari setiap indikator setelah diubah .....	41
Tabel 3. 8 Hasil Analisis Cross Loadings .....	43
Tabel 3.9 Hasil Analisis Fornell-Larcker .....	44
Tabel 3.10 Hasil Uji Nilai Cronbach's dan Composite Reliability .....	46
Tabel 4.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan .....	54
Tabel 4.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk .....	55
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	56
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
Tabel 4.6 Hasil Predictive Relevance ( $Q^2$ ) .....	59
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Bootstrapping .....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Effect Size ( $f^2$ ) .....	61
Tabel 4.9 Hasil pengujian Indirect Effect (Analisis Mediasi) .....	65
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Seluruh Hipotesis Penelitian .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi di Indonesia .....	1
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	31
Gambar 3. 1 Hasil Analisi Outer Loadings.....	43
Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	50
Gambar 4 4 Apakah Gerai Kopi Menjadi Salah Satu Pilihan Untuk Berkumpul.....	51
Gambar 4.5 Kopi Apa Yang Sering Di Konsumsi.....	52
Gambar 4.6 Sudah Berapa Lama Anda Menyukai Kopi .....	52
Gambar 4.7 Kapan Waktu Terbaik Anda Saat Menikmati Kopi.....	53
Gambar 4. 8 Hasil Pengujian Menggunakan Bootstrapping.....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1, Kuesioner .....	84
Lampiran 2, Hasil Uji nilai Outer loading .....	91
Lampiran 3 Hasil Uji Nilai AVE, alpha Crpnbach's, dan composite reliability .....	92
Lampiran 4 Hasil Analisis Cross loadings dan Fornell-larcker criterion .....	92
Lampiran 5 Jenis Kelamin .....	93
Lampiran 6 Usia.....	94
Lampiran 7 Apakah gerai kopi menjadi salah satu pilihan untuk berkumpul .....	94
Lampiran 8 Kopi apa yang sering dikonsumsi .....	94
Lampiran 9 Sudah berapa lama anda menyukai kopi .....	95
Lampiran 10 Kapan waktu terbaik anda saat menikmati kopi.....	95
Lampiran 11 Deskripsi objek penelitian .....	95
Lampiran 12 Hasil Uji R-square .....	98
Lampiran 13 Hasil Uji Predective Relevan (Q2).....	98
Lampiran 14 Uji Bootstrapping Path Coefficients .....	99
Lampiran 15 Hasil Uji f-square .....	99
Lampiran 16 Hasil Uji Spesific Indirect Effect .....	100



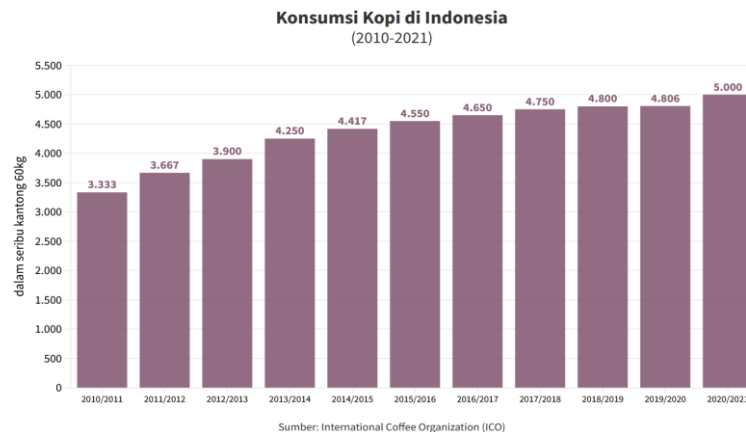
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Permasalahan

#### 1. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kaya akan sumber daya alam, salah satunya adalah kopi. Kopi sudah dikenal sebagai konsumsi masyarakat sejak dahulu kala, tetapi saat ini kopi sudah masuk sebagai budaya Indonesia dikarenakan masyarakat banyak menjadikan kopi sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari (Pramagista & Wandebori, 2021). Data dari *International Coffee Organization* (ICO) menunjukkan bahwa terdapat peningkatan konsumsi kopi setiap tahun yang menjadi dasar peluang usaha masyarakat dalam bisnis kopi. Selain itu tercatat bahwa pada tahun 2020/2021 konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5 juta kantong dalam satuan per 60 kg. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia. Pada gambar 1.1 merupakan grafik dari konsumsi kopi di Indonesia dalam kurun waktu 2010-2021.



Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi di Indonesia

Sumber. *International Coffee Organization* (2021)

Tingginya permintaan kopi mendorong berbagai pelaku usaha mengembangkan bisnis kopi, salah satunya dengan membuat kedai kopi atau yang dikenal sebagai *coffee shop* (Palupi *et al.*, 2020). Berlangsungnya persaingan bisnis kedai kopi saat ini semakin ketat, seiring dengan peningkatan konsumsi kopi di Indonesia. Kondisi ini dapat dilihat dari banyaknya bisnis kedai kopi yang bermunculan di beberapa tempat strategis sebagai tempat untuk menikmati kopi, terutama di kota-kota besar. Akibatnya, para pemilik bisnis kedai kopi harus memikirkan bagaimana cara membangun keunggulan kompetitif untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang menjaga kelangsungan bisnis (Taufik *et al.*, 2022).

Loyalitas pelanggan merupakan perilaku pelanggan yang melakukan pembelian kembali serta memberikan rekomendasi terhadap orang lain berkaitan dengan produk atau layanan dari pelaku usaha yang sama. Loyalitas dari pelanggan berdampak positif pada peningkatan keuntungan dari pelaku usaha dan penting karena dapat berperan sebagai media promosi dari mulut ke mulut untuk menarik calon pelanggan potensial lainnya (Azizan & Yusr, 2019). Menurut Kotler dan Keller (2016), pelanggan biasanya akan loyal atau bertahan dengan pilihan perusahaan yang sama dalam mengonsumsi produknya setelah pelanggan merasa senang. Loyalitas mengacu pada tingkat evaluasi merek positif pelanggan yang tinggi, dilihat dari aktivitas pembelian pelanggan.

Loyalitas pelanggan dapat dilihat dari sikap dan perilaku pelanggan serta tingkat pembelian yang secara sukarela memberikan umpan balik yang positif terhadap produk atau jasa. Loyalitas dibuktikan melalui perilaku pembelian yang berulang-ulang dan secara sukarela menginformasikan kepada orang lain tentang produk yang disukai. Menurut penelitian Sandroto (2019) hampir seluruh pengelola kafe dan restoran menghadapi kesulitan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Faktor peningkatan kualitas layanan dapat memaksimalkan loyalitas pelanggan (Karmeita *et al.*, 2020). Oleh

karena itu, untuk mendapatkan kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan perlu menciptakan kualitas layanan di atas rata-rata agar kepuasan terjadi secara sungguh-sungguh, dan pada akhirnya pelanggan akan menjadi loyal.

Pemahaman mengenai perusahaan struktur pasar dan pemilihan strategi bisnis yang tepat untuk bisa bersaing dengan kompetitornya merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis. Perkembangan bisnis *coffee shop* menuntut para pemilik bisnis untuk terus melakukan hal-hal yang membuat bisnis mereka untuk terus bertahan dan selalu berkembang di era globalisasi saat ini, dengan melakukan berbagai strategi untuk menjaga kepuasan dari pelanggan (Hermina *et al.*, 2023). Beberapa cara dilakukan dengan menjaga kualitas layanan dan produk.

Kualitas produk menjadi hal penting yang harus diperhatikan pelaku bisnis dan menjadi keunggulan utama untuk bisa bersaing serta dapat mendorong terciptanya kepuasan yang dimiliki pelanggan (Diputra & Yasa, 2021). Kualitas produk berhubungan langsung dengan kemampuan produk untuk mengoptimalkan kegunaannya secara menyeluruh sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari pelanggan (Kotler & Keller, 2018). Dimensi untuk menghasilkan manfaat atau nilai tambah bagi pelanggan dapat tercermin dari kualitas produk (Amron, 2018).

Pelaku usaha harus mampu menciptakan, menawarkan dan menjamin produknya berkualitas sesuai dengan standar yang ditetapkan pelaku usaha dan memenuhi harapan serta kebutuhan pelanggan yang mendorong adanya perbedaan dibandingkan pesaingnya walaupun terdapat kesamaan produk. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kualitas dari produk dapat menentukan kepuasan yang dirasakan pelanggan ketika mengonsumsi produk tersebut.

Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan

kebutuhan yang diharapkan pelanggan (Kotler & Keller 2009: 143). Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menawarkan kualitas akan menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan.

Berdasarkan penelitian Nyonyie *et al.*, (2019) diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelaku usaha diharapkan mampu untuk terus meningkatkan kualitas produk dan melakukan inovasi yang menarik sehingga dapat loyalitas pelanggan (Indrawati, 2018).

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga menjadi hal penting yang harus diperhatikan karena berkaitan langsung dengan pengalaman yang dialami pelanggan saat melakukan aktivitas penerimaan layanan. Penyedia pelayanan diharapkan dapat menyenangkan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik (Aji *et al.*, 2018). Kualitas layanan sendiri merupakan gabungan dari dua kata yang memiliki arti berbeda yakni kualitas yang menggambarkan tentang kesesuaian produk dengan harapan dari pelanggan serta layanan yang memiliki arti kegiatan yang dilakukan oleh pihak penyedia kepada pelanggan dengan sifat yang tidak terwujud. Kualitas yang telah diakui sebagai alat strategis untuk mencapai efisiensi operasional dan kinerja yang lebih baik dari bisnis.

Menurut Ahmadian *et al.* (2017) kualitas layanan memiliki pengertian sebagai kemampuan yang dimiliki penyedia layanan bertujuan untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan melalui cara yang tepat sehingga bisnis dapat mengalami peningkatan yang lebih baik. Pada bidang perdagangan, kualitas menjadi hal yang sangat penting untuk mendorong

kesuksesan dari bisnis. Kondisi ini disebabkan karena adanya hubungan positif antara peningkatan pangsa pasar, keuntungan, dan kepuasan pelanggan yang diakibatkan oleh kualitas produk yang baik.

Kepuasan pelanggan mengacu pada pengalaman kumulatif pelanggan terhadap suatu produk atau layanan setelah mereka membelinya. Sementara itu, Erwin & Sitinjak (2017) berpendapat bahwa loyalitas pelanggan adalah produk dari pengalaman pembelian pelanggan, dan berdampak pada potensial perilaku. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh tiga indikator yaitu *core quality*, *relationship quality* dan *perceived value* secara langsung. Kemampuan perusahaan dalam memenangkan persaingan tidak hanya terletak pada produk yang ditawarkan (*core quality*), karena pelanggan terkadang juga memilih perusahaan yang dianggap mampu memberikan respons yang cepat, menekankan pada keramahan, kepercayaan, dan ketepatan waktu karyawan dalam memberikan pelayanan (*relational quality*) (Dewi, 2020).

Kepuasan sering kali digunakan untuk memprediksi pembelian di masa depan bagi pelanggan. Pelanggan yang puas lebih mungkin untuk melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, dan tidak menerima penawaran dari pesaing. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Supertini *et al.* (2020) menyatakan bahwa pelanggan yang puas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian Indriastuti & Mukhlis (2021) juga diketahui bahwa terdapat hubungan langsung dan positif antara loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, manfaat yang dirasakan oleh pelanggan membantu menghasilkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menghasilkan komentar positif dan umpan balik positif yang mempengaruhi pembelian ulang dari pelanggan. Loyalitas pelanggan sangat bergantung pada penyesuaian layanan dan membuat pelanggan menikmati layanan yang mereka dapatkan. Oleh karena itu, kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat penting bagi masa depan perusahaan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi dorongan bagi konsumen untuk memiliki hubungan yang kuat dengan pelaku usaha (Carranza *et al.*, 2018). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Octavia (2019) diketahui bahwa kualitas layanan yang diberikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hubungan ini memungkinkan pelaku usaha untuk bisa memahami secara mendalam mengenai kebutuhan dan harapan dari pelanggan dalam jangka panjang. Pelaku usaha dapat menjadikan pemahaman ini untuk menjadi peluang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan memaksimalkan pengalaman pelanggan secara lebih menyenangkan (Aji *et al.*, 2018).

Pelaku usaha fokus untuk menghilangkan atau meminimalkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi pelanggan untuk menghindari penilaian yang buruk. Pada akhirnya, kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan. Hal ini juga dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Alsukri *et al.* (2022) yang menjelaskan hubungan antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan mediasi kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Taufik *et al.* (2022) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berhasil dalam memediasi kualitas layanan dan produk untuk mendorong loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang maka dilakukan penelitian kembali dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Gerai Kopi di Jakarta dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi”.

## **2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang terdapat masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- c. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- e. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- f. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.
- g. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.

## **3. Batasan Masalah**

Batasan suatu masalah dilakukan untuk menghindari adanya penyimpangan suatu pokok masalah yang sangat luas agar penelitian tersebut lebih terukur, jelas dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai dengan baik. Maka Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen pelanggan kopi di Jakarta.
- b. Variabel yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

#### **4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan Batasan masalah yang ada di atas, maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- b. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- c. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- d. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- e. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta?
- f. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.
- g. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.

#### ***B. Tujuan dan Manfaat***

##### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan gerai kopi di Jakarta.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan gerai kopi di Jakarta.



- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.
- f. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.
- g. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan gerai kopi di Jakarta.

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Praktis**

Bagi gerai kopi atau perusahaan dalam bidang yang sama diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola gerai kopi dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

### **b. Manfaat akademis**

Penelitian ini diharapkan untuk menambah referensi penelitian mengenai kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Ahmadian, S., Haghtalab, H., & Danaee, H. (2017). The relationship Between Service Quality, Customer's E-Satisfaction, and Overall Quality of Electronic Services with Airline Tickets Online Purchase Intention. *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science (IJASHSS)*, 6(3), 221–226. <http://www.ijashss.com>
- Aini, H. N., & Suryadi, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Satisfaction terhadap E-Loyalty Pembeli Makanan Secara Online di Aplikasi GrabFood oleh Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Malang*.
- Aji, T. B., Kustyah, E., & Burhannudin. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus AHASS Kenari Motor). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 3(1), 93–107.
- Albari, A. K. (2019). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 03(01), 49–64.  
<https://www.researchgate.net/publication/339796640>
- Alsukri, S., Miran, I., Cakranegara, P. A., & Prihastuti, A. H. (2022). Customer satisfaction mediates the effect of product innovation and service quality on customer loyalty. *Inovasi*, 18(1), 30–38.  
<https://doi.org/10.30872/jinv.v18i1.10505>
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and

- Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan ( Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Azizan, N. S., & Yusr, M. M. (2019). the Influence of Customer Satisfaction, Brand Trust, and Brand Image Towards Customer Loyalty. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 2(7), 93–108. <https://doi.org/10.35631/ijemp.270010>
- Bian, L. K., Haque, A., Wok, S., & Tarofder, A. K. (2019). The effect of customer satisfaction on customer loyalty in the motor industry. *Opcion*, 35(Special Issue 21), 947–963.
- Carranza, R., Díaz, E., & Martín-Consuegra, D. (2018). The influence of quality on satisfaction and customer loyalty with an importance-performance map analysis: Exploring the mediating role of trust. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 380–396. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2017-0104>
- Davison, R. C. R., & Smith, P. M. (2018). Quantitative data analyses. In *Research Methods in Physical Activity and Health*. <https://doi.org/10.4324/9781315158501-17>
- Dewi, L. (2020). Customer Loyalty, Through Customer Satisfaction in Customers Pt. Xyz. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(1), 189–200. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.01.19>
- Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). The Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(1), 25–34.

<http://118.97.187.12/pustaka/files/17726/jurnal/the-impact-of-service-quality-product-quality-and-price-on-customer-satisfaction.pdf>

- Elisabeth, D. R., Nasir, A., & Suyono, J. (2019). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Koperasi Karyawan PT. Lotus Indah Textile Industry. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 172–178. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v2i2.766>
- Ernest, Girsang, R. M., Simatupang, S., Candra, V., & Sidabutar, N. (2021). Product Quality and Customer Satisfaction and Their Effect on Consumer Loyalty. *International Journal of Social Science*, 1(2), 69–78. <https://doi.org/10.53625/ijss.v1i2.138>
- Erwin, E., & Sitinjak, T. J. R. (2017). Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen. *Business Management Journal*, 13(2). <https://doi.org/10.30813/bmj.v13i2.916>
- Ferreira, C. F. da C., Djo, M. K., Freitas, J. R., & Abi, M. T. (2021). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Study on Higher Education Students in Timor-Leste. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 3(2), 47–53. <https://doi.org/10.51703/bm.v3i2.35>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Hanaysha, J. (2016). Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31–40. <https://doi.org/10.18488/journal.1006/2016.6.2/1006.2.31.40>
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*.

[https://www.researchgate.net/publication/342656731\\_Faktor\\_Pelayanan\\_Kepuasan\\_dan\\_Loyalitas\\_Pelanggan](https://www.researchgate.net/publication/342656731_Faktor_Pelayanan_Kepuasan_dan_Loyalitas_Pelanggan)

- Herminda, H., Nugroho, M. I., & Muksin, A. (2023). Built Competitive Advantage Models on Cofee Shop Business in Jakarta. *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(3), 489–495.
- Indrawati, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 6(2).
- Indriastuti, H., & Mukhlis. (2021). Customer Satisfaction Through Customer Loyalty and Customer Experience: Survey of Go-Ride Mulawarman Customers. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(2), 54–62. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Karmeita, G., Atmaja, K., Nyoman, N., & Yasa, K. (2020). The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Influence of Brand Personality and Service Quality on the Loyalty of Beachwalk Shopping Center Customers. *European Journal of Business and Management*, 7(5), 149–159. <https://doi.org/10.7176/ejbm/12-20-11>
- Khadka, K., & Maharjan, S. (2017). Customer Satisfaction and Customer loyalty. *Marketing for Entrepreneurs and SMEs, November*, 21–36. <https://doi.org/10.4337/9781781955970.00008>
- Kotler & Keller, K. . (2021). Marketing Management. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals* (14th ed.). Prentice Hall. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>
- Krisnaresanti, A., Farida, Y. N., & Mulasiwi, C. M. (2020). Analysis of Service

- Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Customer Trust And Customer Commitment. *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(12), 91–97. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v7i12p114>
- Marliana, R. R. (2019). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851>
- Nasir, S. (2017). Customer retention strategies and customer loyalty. In *Customer Relationship Management Strategies in the Digital Era* (Issue January 2017, pp. 1177–1201). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1793-1.ch054>
- Noranee, S., Aziz, R. A., Anuar, M. Z. H., Som. Rohana Mat Som, & Shahrudin, S. (2021). The Influence of After-Sales Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 13(4), 289–298.
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25123.18-24>
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>
- Okolie, U. C., & Udom, I. D. (2022). Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction: a Study of Banks in Benin City, Edo State, Nigeria. *Indonesian Journal of Digital Business*, 2(1), 28–37.
- Palupi, Y. F. C., Meilani, Bernarto, I., Berlianto, M. P., Suryawan, I. N., & Masman, R. R. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust

- on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412.  
<https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Pramagista, A., & Wandebori, H. (2021). Propose Business Strategy for Coffee Shop in Indonesia (XYZ Company). *European Journal of Business and Management Research*, 6(1), 90–96. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.1.687>
- Putri, D. K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Dampaknya Terhadap Minat Mereferensikan Nasabah Bank Ocbc Nisp Cabang Cik Di Tiro Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 186–197.
- Rashid, A., & Rokade, V. (2019). Service Quality Influence Customer Satisfaction and Loyalty. *UKH Journal of Social Sciences*, 3(1), 50–61.  
<https://doi.org/10.25079/ukhjss.v3n1y2019.pp50-61>
- Rifa'i, K. (2019). Kepuasan Pelanggan; Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191. <http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN OLEH Dr. KHAMDAN RIFA'I%2C SE.%2CM.Si.pdf>
- Roy, P. (2022). Theory and Models of Consumer Buying Behaviour: A Descriptive Study. *SSRN Electronic Journal*, August. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4205489>
- Rua, S., Saldanha, E. D. S., & Amaral, A. M. (2020). Examining the Relationships among Product Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in the Bamboo Institute, Dili, Timor-Leste. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2(1), 33–44. <https://doi.org/10.51703/bm.v2i2.28>
- Sabrudin, D., & Suhendra, E. S. (2019). Dampak Akuntabilitas, Transparansi, dan Profesionalisme Paedagogik Terhadap Kinerja Guru di SMKN 21 Jakarta. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 4(1), 38.

- Sandroto, C. W. (2019). Analisis Kualitas Layanan Fungsi Sumber Daya Manusia Sebagai Mitra Bisnis Menurut Persepsi Karyawan di PT X. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, 1–8.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business. In *John Wiley & Sons Ltd.* (7th ed., Vol. 4, Issue 1). John Wiley & Sons Ltd.
- Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581–1590.
- Singh, Y. K. (2006). *Fundamental of Research Methodology and Statistics*. New Age International Limited.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Tania, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam*. 3(2).
- Taufik, A., Santoso, S., Fahmi, M. I., Restuanto, F., & Yamin, S. (2022). The Role of Service and Product Quality on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 68–82. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.68-82>
- Yusra, & Agus, A. (2020). The influence of online food delivery service quality on customer satisfaction and customer loyalty: The role of personal innovativeness. *Journal of Environmental Treatment Techniques*, 8(1), 6–12.
- Zygiaris, S., Hameed, Z., Ayidh Alsubaie, M., & Ur Rehman, S. (2022). Service Quality and Customer Satisfaction in the Post Pandemic World: A Study of Saudi Auto Care Industry. *Frontiers in Psychology*, 13(March), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.842141>