

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA COFFEE SHOP DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Suriyana

180910178

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA COFFEE SHOP DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sajarna**



Oleh:

Suriyana

180910178

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Suriyana

NPM : 180910178

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

"PERAN KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA COFFEE SHOP DI KOTA BATAM"

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 14 Januari 2023



Suriyana
180910178

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA COFFEE SHOP DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh

Suriyana

180910178

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 14 Januari 2023



**Winda Evyanto, S.S., M.MPd.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Dengan semakin berkembang pesatnya globalisasi tidak hanya mempengaruhi teknologi tetapi juga bidang kuliner dan salah satu bisnis yang berkembang dalam beberapa tahun terakhir ini adalah kedai kopi dikarenakan kedai kopi dapat digunakan untuk berbagai tujuan (belajar, bekerja, bermain, dll), kebanyakan orang menghabiskan sebagian besar anggaran mereka untuk konsumsi kopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel (X) citra merek terhadap variabel (Y) loyalitas pelanggan yang dimediasi variabel (Z) kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui angket (kuesioner). Hasil penelitian menunjukkan variabel (X) citra merek dengan $\text{sig } 0,00 < 0,05$, berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan $t_{hitung} 9,636 > t_{tabel} 1,976$. variabel (Z) Kepuasan pelanggan dengan $\text{sig } 0,00 < 0,05$, berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan $t_{hitung} 19,397 > t_{tabel} 1,976$. Dan variabel (X) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh variabel (Z) kepuasan pelanggan pada Coffee Shop Batam, karena nilai $F_{hitung} 609,100 > F_{tabel} 3,91$ dengan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan citra merek (X) dan kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada *Coffee Shop* Batam.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

With the rapid development of globalization not only affecting technology but also the culinary field and one of the businesses that has developed in recent years is the coffee shop because coffee shops can be used for various purposes (study, work, play, etc.), most people spend most of their their budget for coffee consumption. This study aims to determine the effect of the variable (X) brand image on the variable (Y) customer loyalty mediated by the variable (Z) customer satisfaction as mediation. The method used in this study is a quantitative method by collecting data through a questionnaire (questionnaire). The results showed that the brand image variable (X) with sig 0.00 < 0.05 had a significant effect on customer loyalty. With tcount 9.636 > ttable 1.976. variable (Z) Customer satisfaction with sig 0.00 < 0.05, has a significant effect on customer loyalty. With tcount 19.397 > ttable 1.976. And the variable (X) brand image has a positive and significant effect on the variable (Y) customer loyalty which is mediated by the variable (Z) customer satisfaction at the Batam Coffee Shop, because the Fcount value is 609.100 > Ftable 3.91 with sig 0.000 < 0.05. So it can be concluded that brand image (X) and customer satisfaction (Z) have a positive and significant partial effect on customer loyalty at Coffee Shop Batam.

Keywords: *Customer Satisfaction, Brand Image, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I. Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Bapak Jontro Simanjuntak S.Pt, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd., selaku Dosen Pembimbing skripsi saya pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini
5. Bapak / Ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam, khususnya Prodi Studi Manajemen yang telah banyak membantu Penulis dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada Orang Tua, Kakak dan Adik saya yang saya cintai selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman sekantor (*outsourcing team*) saya yang selalu memberi semangat dan saran kepada saya.
8. Kepada teman-teman seangkatan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis, semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin. Tuhan memberkati.

Batam, 14 Januari 2023

Penulis,

Suriyana
180910178



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Secara teoritis	9
1.6.2 Secara praktis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori Dasar	10
2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.1.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	13
2.1.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	14
2.1.1.4 Optimalisasi Kepuasan Pelanggan	15
2.1.2 Citra Merek	17
2.1.2.1 Definisi Citra Merek	17
2.1.2.2 Indikator Citra Merek.....	19
2.1.2.3 Metode Pengukuran Citra Merek	20
2.1.2.4 Jenis-jenis Citra Merek	21

2.1.3	Loyalitas Pelanggan	22
2.1.3.1	Definisi Loyalitas Pelanggan	22
2.1.3.2	Faktor-faktor Loyalitas Pelanggan.....	25
2.1.3.3	Indikator Loyalitas Pelanggan	26
2.1.3.4	Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	27
2.2	Penelitian Terdahulu	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	36
2.3.1	Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.3.2	Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.3.3	Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mediasi Kepuasan Pelanggan.....	38
2.4	Hipotesis	38
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Sifat Penelitian.....	40
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian	40
3.3.1	Lokasi Penelitian	40
3.3.2	Jadwal Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel	41
3.5	Sumber Data	42
3.5.1	Data Primer	42
3.5.2	Data Sekunder	42
3.6	Teknik Pengumpulan Data	42
3.7	Operasional Variabel.....	43
3.7.1	Variabel Independen.....	43
3.7.2	Variabel Dependen.....	44
3.8	Metode Analisis Data	44
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	45
3.8.2.1	Uji Validitas	45
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	46

3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.8.3.1 Uji Normalitas	46
3.8.3.2 Uji Multikolinieritas	47
3.8.3.3 Uji Heterokedasitas.....	47
3.8.4 Uji Pengaruh.....	47
3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda	47
3.8.4.2 Uji Determinasi (R2)	48
3.9 Uji Hipotesis.....	48
3.9.1 Uji t.....	48
3.9.2 Uji F.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Responden	50
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Status	51
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
4.1.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pilihan <i>Coffee Shop</i>	52
4.1.1.6 Profil Responden berdasarkan Alasan Mengunjungi <i>Coffee Shop</i>	53
4.1.1.7 Profil Responden berdasarkan Frekuensi Mengunjungi <i>Coffee Shop</i> ...	54
4.1.1.8 Profil Responden berdasarkan Informasi Mengenai <i>Brand Coffee Shop</i>	54
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	55
4.1.2.1 Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra merek (X)	56
4.1.2.2 Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan pelanggan (Z).....	57
4.1.2.3 Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y).....	59
4.1.3 Hasil Uji Validitas	60
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas Citra merek (X).....	60
4.1.3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan pelanggan (Z)	61
4.1.3.3 Hasil Uji Validitas Loyalitas pelanggan(Y)	62
4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas Data	63
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas	64

4.1.5.2 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov.....	66
4.1.5.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
4.1.5.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
4.1.6 Hasil Uji Pengaruh.....	69
4.1.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.1.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.1.7 Uji Hipotesis.....	71
4.1.7.1 Uji t.....	71
4.1.7.2 Hasil Uji F.....	72
4.2 Pembahasan.....	73
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas pelanggan.....	73
4.2.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan	73
4.2.3 Pengaruh Citra Merek Secara Simultan Terhadap Loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan	73
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Produksi Kopi Di Indonesia Tahun 2011 – 2021.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Histogram	64
Gambar 4.2 Histogram	65
Gambar 4.3 P-P Plot	65
Gambar 4.4 P-P Plot	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Top Brand Award di Indonesia dalam Bidang Local Coffee Shop Tahun 2020-2021	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	40
Tabel 3.2 Rentang Skala.....	44
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status	51
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Responden	52
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pilihan Coffee Shop	52
Tabel 4.6 Profil Responden berdasarkan Pilihan Coffee Shop.....	53
Tabel 4.7 Profil Responden berdasarkan Frekuensi Coffee Shop.....	54
Tabel 4.8 Profil Responden berdasarkan Informasi Mengenai Brand Coffee Shop	54
Tabel 4.9 Tabel Rentang Skala	55
Tabel 4.10 Uji Deskriptif Citra merek (X).....	56
Tabel 4.11 Uji Deskriptif Kepuasan pelanggan (Z)	57
Tabel 4.12 Uji Deskriptif Loyalitas pelanggan (Y)	59
Tabel 4.13 Uji Validitas Citra merek (X).....	60
Tabel 4.14 Uji Validitas Kepuasan pelanggan (Z)	61
Tabel 4.15 Uji Validitas Loyalitas pelanggan (Y)	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov.....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov.....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Regresi	69
Tabel 4.22 Hasil R ²	70
Tabel 4.23 Hasil R ²	70
Tabel 4.24 Hasil Uji t	71
Tabel 4.25 Hasil Uji F	72

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Uji Validitas	45
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda	48