

Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh:

Nama : Valdy Octavius

Nim : 24150446

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2021

PENGESAHAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading

Diajukan oleh

Nama : Valdy Octavius

NIM : 24150446

Jakarta, 25 Febuari 2021

Disetujui oleh:

Pembimbing,

Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

© Hakipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Valdy Octavius /24150446/2021/Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Kenangan Kelapa Gading, Jakarta Utara/Pembimbing Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Industri kopi dalam bentuk kedai kopi akhir-akhir ini banyak dimulai oleh peminum kopi yang kemudian tertarik menjalankan hobi tersebut menjadi bisnis. Banyak pecinta kopi yang menjadikan hobi minum kopinya menjadi usaha untuk menambah penghasilan, atau bahkan kemudian sumber utama penghasilan. Peneliti memilih wilayah Kelapa Gading untuk menjadi wilayah dalam penelitian ini. Kelapa Gading menjadi wilayah dalam penelitian ini karena pertumbuhan kedai kopi di wilayah ini bertambah cukup pesat beberapa tahun terakhir.

Loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel, diantaranya dapat dipengaruhi dari kualitas produk yang disediakan perusahaan bagi konsumennya, ataupun dipengaruhi dari kegiatan promosinya. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis menjabarkan berbagai teori yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Promosi dan Loyalitas Konsumen. Harapannya agar setiap saran yang diberikan di akhir penelitian ini akan sesuai dengan strategi yang merujuk kepada teori yang dicantumkan.

Objek penelitian ini adalah Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara. Dan populasi penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading lebih dari satu kali. Sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Judgement Sampling*.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk Kopi Kenangan di Kelapa Gading berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Kenangan di Kelapa Gading. Promosi yang diberikan Kopi Kenangan di Kelapa Gading berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Kopi Kenangan di Kelapa Gading. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan promosi terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

Valdy Octaviu /24150446/2021/ *The Influence of Product Quality and Promotion on Consumer Loyalty of Kopi Kenangan Kelapa Gading, North Jakarta/Advisor Morryessa Brandinie, S.E., M.M.*

The coffee industry in the form of coffee shops has recently been started by coffee drinkers who are then interested in turning this hobby into a business. Many coffee lovers make their coffee drinking hobby a business to increase their income, or even become their main source of income. But in reality, even though it is a trend, not all of these coffee businesses can run smoothly according to the owner's expectations. Therefore, the authors are interested in further research by choosing the Kelapa Gading area, North Jakarta as the location for this study. The Kelapa Gading area was chosen in this study because of the rapid growth of coffee shops in the area in recent years..

Consumer loyalty can be influenced by various variables, including the quality of the products provided by the company for its consumers, or the influence of its promotional activities. Therefore, in this study the authors describe various theories related to Product Quality, Promotion and Consumer Loyalty. It is hoped that any suggestions given at the end of this study will be in accordance with the strategies that refer to the theories listed.

The object of this research is Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading, North Jakarta. And the population of this study are customers who have purchased Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading more than once. While the samples taken were 100 respondents using the Judgment Sampling sampling technique.

The results in this study indicate that the Quality of Kenangan Coffee Products in Kelapa Gading has a positive and significant effect on Consumer Loyalty of Kopi Kenangan in Kelapa Gading. The promotion given by Kopi Kenangan in Kelapa Gading has a positive and significant effect on consumer loyalty for Kopi Kenangan in Kelapa Gading. This shows that all hypotheses in this study are proven true.

The conclusion of this study is that product quality and promotion variables have been shown to affect consumer loyalty in accordance with previous theories and research.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Consumer Loyalty*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya. Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading**" yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Skripsi ini tidak akan dapat tersusun tanpa adanya bantuan, bimbingan, semangat serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Morryessa Brandinie, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Elis Sondang Dasawaty, S.KOM., M.M., M.KOM dan semua dosen yang telah membimbing saya dari awal mulai masuk kuliah sampai selesai.
3. Papa, mama dan dede yang selalu mendoakan dan mendukung saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
4. Sahabat-sahabat dan orang-orang terdekat peneliti yaitu Eunike Pribadi, Hani lie, dan Theo Adriel yang telah memberikan dukungan dan bantuan tanpa henti dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku serta sumber-sumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
6. Pihak lainnya yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Peneliti sadar akan kekurangan-kekurangan





dari diri peneliti dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu peneliti menerima saran dan kritik yang disampaikan kepada peneliti. Saran dan kritik peneliti terima dengan sepenuh hati agar di kesempatan yang akan datang peneliti dapat membuat penyusunan yang lebih baik lagi. Akhir kata, peneliti mengharapkan agar apa yang telah peneliti paparkan di dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang memerlukannya.

Jakarta, Februari 2021

Valdy Octavius

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR PUSTAKA.....	101
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Batasan Penelitian.....	9
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Kualitas Produk.....	11
a. Definisi Kualitas Produk.....	11
b. Manfaat Kualitas Produk.....	12
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	12
d. Dimensi Kualitas Produk.....	13
B. Promosi.....	14
a. Definisi Promosi.....	14
b. Dimensi Promosi.....	14
c. Tujuan Promosi.....	15
d. Faktor yang mempengaruhi promosi.....	16
C. Loyalitas Konsumen.....	17
a. Definisi Loyalitas Konsumen.....	17
b. Jenis-jenis loyalitas konsumen.....	18
c. Indikator Loyalitas Konsumen.....	19
d. Dimensi Loyalitas Konsumen.....	20
e. Manfaat Loyalitas Konsumen.....	21





f.	Penelitian Terdahulu.....	23
g.	Kerangka Pemikiran.....	27
h.	Hipotesis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....30

A	Objek Penelitian.....	30
B	Desain Penelitian.....	30
C	Variabel Penelitian.....	33
D	Teknik Pengumpulan Data.....	38
E	Teknik Pengambilan Sampel.....	39
F	Teknik Analisis Data.....	40
	1. Uji Validitas.....	40
	2. Uji Realibilitas.....	40
	3. Analisis Deskriptif.....	42
	4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
	a. Uji Keberartian Model (Uji F).....	44
	b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	45
	c. Koefisien Determinasi.....	46
	5. Uji Asumsi Klasik.....	46
	a. Uji Normalitas Residual.....	46
	b. Uji Heteroskedastisitas.....	47
	c. Uji Multikolinieritas.....	48

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....49

A	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
	1. Visi Kopi Kenangan.....	50
	2. Misi Kopi Kenangan.....	50
B	Analisis Deskriptif.....	51
	1. Uji Validitas.....	51
	2. Uji Realibilitas.....	54
	3. Profil Responden.....	56
	a. Usia.....	56
	b. Jenis Kelamin.....	57
	c. Pekerjaan.....	57
	4. Rata-rata.....	59
	a. Analisis Variabel Kualits Produk.....	59
	b. Analisis Variabel Promosi.....	60
	c. Analisis Variabel Loyalitas Konsumen.....	62
	Hasil Penelitian.....	63
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
	a. Uji Kebeartian Model (uji F).....	65
	b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	65
	c. Koefisien Determinasi (R ²).....	67
	2. Uji Asumsi Klasik.....	68
	a. Uji Normalitas.....	68
	b. Uji Heteroskedastisitas.....	70
	c. Uji Multikolonieritas.....	71
	Pembahasan.....	72

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....75

A. Kesimpulan.....75
B. Saran.....75

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Kopi Kenangan.....	50
Gambar 4.2 Tampilan store Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading.....	51

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk.....	33
Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Promosi.....	35
Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Loyalitas Konsumen.....	37
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Promosi, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.8 Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.9 Skor Rata-Rata Variabel Promosi.....	60
Tabel 4.10 Skor Rata-Rata Variabel Loyalitas Konsumen.....	62
Tabel 4.11 Hasil Analisis Linier Berganda.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Keberartian Model (Uji F).....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	66
Tabel 4.14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolonieritas.....	71

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GRAFIK

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
Grafik 1.1 Data Pertumbuhan Kopi di Indonesia.....	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Hasil Pra Kuesioner Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Kualitas Produk).....	80
Lampiran 3 2 Hasil Pra Kuesioner Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Promosi).....	81
Lampiran 4 2 Hasil Pra Kuesioner Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (Loyalitas Konsumen).....	82
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	84
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi.....	85
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	86
Lampiran 8 Hasil Kuesioner 100 Responden (Kualitas Produk).....	87
Lampiran 9 Hasil Kuesioner 100 Responden (Promosi).....	91
Lampiran 10 Hasil Kuesioner 100 Responden (Loyalitas Konsumen).....	94

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.