

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *COFFEESHOP* JANJI JiWA**

DI JAKARTA

Oleh :

Nama : Calvin

NIM : 78190206

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2023

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

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.

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *COFFEESHOP JANJI JIWA* DI JAKARTA

Diajukan Oleh

Nama: Calvin

NIM: 78190206

Jakarta, 14 September 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

Dipindai dengan CamScanner



ABSTRAK

Calvin / 78190206 / 2023 / Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffeeshop* Janji Jiwa di Jakarta / Pembimbing : Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M.

F&B (*Food and Beverage*) adalah bisnis yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan makanan dan minuman. Salah satu usaha F&B yang ada sampai sekarang adalah *coffeeshop* atau kedai kopi. Salah satu *coffeeshop* yang populer di Jakarta adalah Janji Jiwa. Hingga saat ini Janji Jiwa telah membuka lebih dari 800 outlet di 100 kota berbeda dan berhasil menjual lebih dari 20 juta cup kopi kepada para pecinta kopi diseluruh Indonesia, pendiri brand Kopi Janji Jiwa bahkan menargetkan membuka hingga 1000 outlet ditahun 2020. Kita seringkali mendengar sebuah kutipan “ada harga ya ada kualitas”. Hal tersebut dapat kita temui saat kita membeli barang ataupun makanan minuman. Tetapi, ada beberapa orang yang menginginkan harga yang murah untuk kualitas yang bagus pula. Meskipun harga produk Janji Jiwa berkisar menengah ke atas, Janji Jiwa tetap dapat menarik beberapa pelanggan untuk loyal terhadap mereka. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti memutuskan untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan *Coffeeshop* Janji Jiwa di Jakarta”.

Teori yang terkandung di dalam penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga, dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Yang termasuk dalam variabel independen adalah kualitas produk dan persepsi harga. Sedangkan yang termasuk dalam variabel dependen adalah loyalitas pelanggan.

Objek dari penelitian ini adalah pelanggan *coffeeshop* Janji Jiwa di Jakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan membagikan kuesioner melalui Google Form, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data menggunakan software IBM Statistics SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk dan persepsi harga terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas dan menyatakan bahwa variabel kualitas produk memberikan pengaruh lebih besar daripada persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.

Kesimpulan dan saran dari penelitian ini adalah hipotesis pertama dan hipotesis kedua dapat diterima karena telah terbukti bahwa kualitas produk dan persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Loyalitas Pelanggan

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Jurnal Ilmiah dan Informatika Kwik Kian Gie



ABSTRACT

Calvin / 78190206 / 2023 / *The Effect of Product Quality and Price Perception on Customer Loyalty at Janji Jiwa Coffeeshop in Jakarta* / Advisor : Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M..M.

F&B (Food and Beverage) is a business engaged in the production and sale of food and beverages. One enduring F&B venture is the coffeeshop. A prominent coffeeshop in Jakarta is Janji Jiwa. Up until now, Janji Jiwa has opened over 800 outlets in 100 different cities and has successfully sold more than 20 million cups of coffee to coffee enthusiasts across Indonesia. The founder of the Janji Jiwa Coffee brand even aims to reach 1000 outlets by the year 2020. We often hear the saying 'you get what you pay for'. This applies when purchasing goods or food and beverages. However, some individuals seek affordable prices with good quality. Despite Janji Jiwa's products falling in the mid-to-high price range, they manage to attract a loyal customer base.

Based on the aforementioned background, the researcher has chosen the title "The Influence of Product Quality and Price Perception on Customer Loyalty at Janji Jiwa Coffeeshop in Jakarta".

The theories encompassed in this research are product quality, price perception, and customer loyalty. This study employs two types of variables, namely independent variables and dependent variables. Those included in the independent variables are product quality and price perception, while customer loyalty falls under the category of dependent variables.

The object of this research is the customers of Janji Jiwa coffeeshop in Jakarta. The data collection technique utilized is communication through distributing questionnaires via Google Form, and the sampling technique employed is non-probability sampling with a purposive sampling approach. The procedures employed for model testing and data processing involve the use of IBM Statistics SPSS 25 software.

The findings of this study reveal that product quality and price perception are proven to have a positive influence on loyalty, stating that the product quality variable holds a greater influence on customer loyalty compared to price perception.

The conclusion and recommendations from this research are that the first and second hypotheses can be accepted as it has been proven that product quality and price perception have a positive influence on customer loyalty.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Customer Loyalty*

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

© Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat serta karunia-Nya kami selaku penulis mampu menyelesaikan karya akhir yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *COFFEESHOP* JANJI JIWA DI JAKARTA” ini tepat pada waktunya. Tujuan dari disusunnya karya akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penyusunan karya akhir ini, penulis juga mendapatkan banyak bimbingan, bantuan, serta doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tumpal Janji Raja Sitinjak, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi berlangsung hingga selesai.
2. Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membimbing, mendidik, serta memberikan ilmu kepada penulis hingga akhir studi kuliah.
4. Orang tua penulis yang sangat mendukung, membantu serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi.
5. Teman-teman saya yang terdiri dari William, Williardo, Charles, Yeyen, dan Della yang senantiasa membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penulis menyadari pula bahwa karya akhir penelitian yang telah kami selesaikan ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi penyusunan, bahasa, pengetahuan bahkan penulisannya. Maka dari itu, kami sangat mengapresiasi kritik maupun saran yang membangun untuk kami jadikan acuan dalam menjadi lebih baik lagi. Penulis sangat berharap agar karya akhir penelitian ini dapat berguna bagi pembaca.

Jakarta, 11 Oktober 2022

Penulis

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Batasan Penelitian	5
E. Rumusan Masalah	5
F. Tujuan Penelitian.....	6
G. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teoritis	7
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran	19
D. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Objek Penelitian	21
B. Desain Penelitian	21
C. Variabel Penelitian	22
D. Teknik Sampling	24
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Pengolahan Data dan Analisis Data	25
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	32



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Analisis Deskriptif.....	34
C. Hasil Penelitian.....	39
D. Pembahasan	44
Bab V SIMPULAN DAN SARAN.....	46
A. SIMPULAN.....	45
B. SARAN.....	46

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 1.1 Daftar Coffee Chain di Indonesia	2
Gambar 1.2 Daftar Kedai Kopi Lokal Terfavorit	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	20

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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	17
Tabel 3.1 Tabel Indikator Variabel Penelitian	24
Tabel 3.2 Tabel Skor Kuesioner Penelitian	25
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur	33
Tabel 4.3 Mean dan Selang Kepercayaan Kualitas Produk	34
Tabel 4.4 Mean dan Selang Kepercayaan Persepsi Harga	35
Tabel 4.5 Mean dan Selang Kepercayaan Loyalitas Pelanggan	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik	39
Tabel 4.8 Hasil Estimasi Persamaan Regresi	42
Tabel 4.9 Hasil Uji F	43
Tabel 5.0 Hasil Uji t	43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik BSI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.