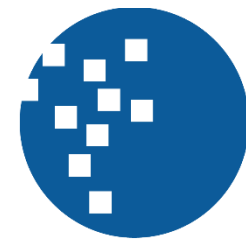


**PENGARUH ANTESEDEN PEMASARAN SELULER
TERHADAP KEPUASAN PRODUK KOPI KENANGAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Zahra Silvana Putri

00000061338

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH ANTESEDEN PEMASARAN SELULER
TERHADAP KEPUASAN PRODUK KOPI KENANGAN**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Zahra Silvana Putri

00000061338

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

Pengaruh Anteseden Pemasaran..., Zahra Silvana Putri, Universitas Multimedia
Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Zahra Silvana Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061338

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

"PENGARUH ANTESEDEN PEMASARAN SELULER TERHADAP KEPUASAN PRODUK KOPI KENANGAN"

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Januari 2025


C 7B2AUX161745133
(Zahra Silvana Putri)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH ANTESEDEN PEMASARAN SELULER

TERHADAP KEPUASAN PRODUK

KOPI KENANGAN

Oleh

Nama : Zahra Silvana Putri

NIM : 00000061338

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 1 November 2024

Pembimbing



Helena Dewi, S.E., M.S.M

NIDN: 0310098303

Ketua Program Study Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

NIDN: 0323047801

iii

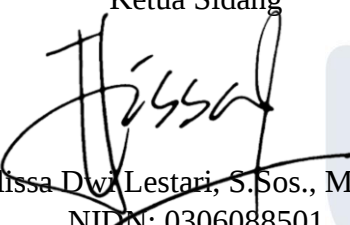
Pengaruh Anteseden Pemasaran..., Zahra Silvana Putri, Universitas Multimedia
Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH ANTESEDEN PEMASARAN SELULER
TERHADAP KEPUASAN PRODUK
KOPI KENANGAN**

Oleh
Nama : Zahra Silvana Putri
NIM : 00000061338
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari senin, 13 Januari 2025
Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M
NIDN: 0306088501

Pembimbing

Helena Dewi, S.E., M.S.M
NIDN: 0310098303
Ketua Program Study Manajemen

Penguji

Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
NIDN: 0316026404


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zahra Silvana Putri
NIM : 00000061338
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Anteseden Pemasaran Seluler Terhadap Kepuasan Produk Kopi Kenangan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance* **).

☐ Lainnya, pilih salah satu:

- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
- ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 05 Januari 2025



(Zahra Silvana Putri)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul: Pengaruh Anteseden Pemasaran Seluler terhadap Niat Pembelian Produk Kopi Kenangan” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai Pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

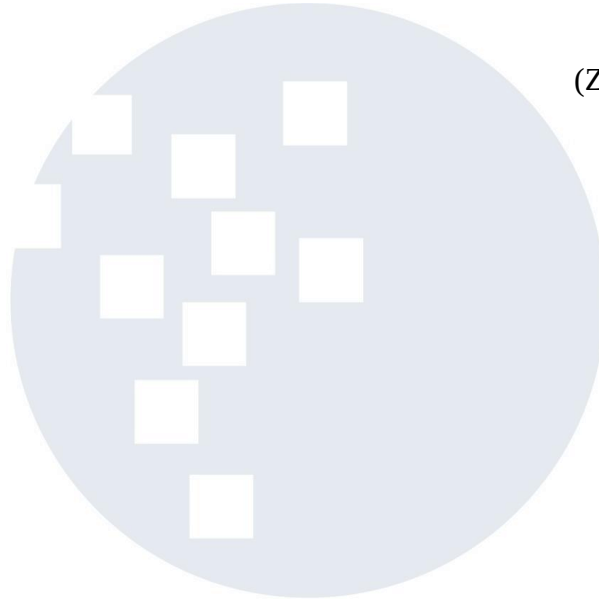
1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T.,S. Sos., MBM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E.,M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Helena Dewi, S.E., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ayah tercinta Teguh Wiratno, ibunda tercinta Anggraeni, dan adik tersayang M. Luthfi Zhafran yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, kasih sayang dan doa tiada hentinya serta pengorbanan yang luar biasa demi keberhasilan putri terkasih di masa depan.
6. Monica, Sisy, Diva, Ainun, Iffah, Jihan, Jonathan, Aldi, Marvel, Michael dan teman-teman lainnya yang selalu membantu memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini dari berbagai keadaan. Saya bangga pada diri saya sendiri bisa menyelesaikan tugas akhir dengan penuh lika-liku kehidupan.

Semoga Skripsi ini dapat menjadi bahan pembelajaran, informasi, dan pengaruh ke depannya bagi para pembaca dan juga perusahaan.

Tangerang, 1 November 2024



(Zahra Silvana Putri)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH ANTESEDEN PEMASARAN SELULER TERHADAP KEPUASAN PRODUK KOPI KENANGAN

(Zahra Silvana Putri)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antecedent pemasaran seluler terhadap kepuasan produk Kopi Kenangan. Penelitian ini mengkaji empat variabel utama, yaitu sensitivitas harga, kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan, dengan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data penelitian diperoleh melalui survei terhadap 152 responden yang merupakan konsumen Kopi Kenangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, sensitivitas harga berpengaruh positif terhadap kepuasan produk. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi Kopi Kenangan untuk meningkatkan kualitas layanan demi memperkuat kepercayaan pelanggan dan mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif. Penelitian ini juga membuka peluang eksplorasi lebih lanjut terkait faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

Kata kunci: Price Sensitivity, Service Quality, Satisfaction, Kopi Kenangan, PLS-SEM



THE INFLUENCE OF MOBILE MARKETING ANTECEDENTS TO SATISFACTION ON KOPI KENANGAN PRODUCT

(Zahra Silvana Putri)

ABSTRACT (English)

This study aims to examine the influence of mobile marketing antecedents on the satisfactions of Kopi Kenangan products. The research investigates four main variables: price sensitivity, service quality, trust, and satisfaction, utilizing the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. Data were collected through a survey of 152 respondents who are customers of Kopi Kenangan. The findings reveal that service quality significantly impacts trust and customer satisfaction. Additionally, price sensitivity positively affects satisfaction. These findings provide recommendations for Kopi Kenangan to enhance service quality to strengthen customer trust and maintain competitiveness in the market. This research also highlights opportunities for further exploration of other factors that may influence consumer satisfaction.

Keywords: Price sensitivity, service quality, satisfaction, Kopi Kenangan, SEM-PLS



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA ..	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Batasan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Tinjauan Teori	17
2.2 Model Penelitian	21
2.3 Hipotesis	21
2.4 Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
3.2 Desain Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian	39
3.6 Operasional Variabel	41

3.7	Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1	Uji Data Pre-Test.....	44
3.7.2	Metode Faktur Analisis	45
3.7.3	Analisis Data Penelitian	48
3.7.4	Identifikasi Variabel Penelitian.....	53
3.7.5	Testing Structural Relationship.....	56
	Model teoritis dapat dianggap valid apabila memenuhi syarat berikut:	56
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Karakteristik Responden	57
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	57
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	60
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	62
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Apakah Responden Pernah Berbelanja Makanan Melalui Aplikasi Pesan Antar.....	63
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Apa Yang Responden Gunakan Untuk Membeli Makanan Secara Online Dalam Sebulan Terakhir.....	64
4.1.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Apakah Responden Pernah Membeli Produk Kopi Kenangan	65
4.1.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Kopi.....	66
4.2	Analisis Deskriptif	67
4.2.1	Price Sensitivity	68
4.2.2	Service Quality.....	69
4.2.3	Trust	70
4.2.4	Satisfaction.....	71
4.3	Uji Instrumen <i>Pre-Test</i>	72
4.3.1	Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	73
4.3.2	Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	74
4.4	Uji Instrumen <i>Main-Test</i>	75
4.4.1	Uji Measurement Model	75

4.4.2	Hasil Uji Inner Model (Structural Model)	80
4.5	Uji Hipotesis	82
4.6	Interpretasi Hasil Penelitian	83
4.6.1	Pengaruh price sensitivity terhadap satisfaction	83
4.6.2	Pengaruh service quality terhadap Trust	84
4.6.3	Pengaruh service quality terhadap satisfaction	85
4.6.4	Pengaruh trust terhadap satisfaction	86
4.7	Implikasi Manajerial	87
4.7.1	Upaya Dalam Memperkuat Efek Price Sensitivity Terhadap Satisfaction.....	87
4.7.2	Upaya Dalam Memperkuat Efek Service Quality Terhadap Trust....	88
4.7.3	Upaya Dalam Memperkuat Efek Service Quality Terhadap Satisfaction.....	88
4.7.4	Upaya Dalam Memperkuat Efek Trust Terhadap Satisfaction.....	89
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Simpulan	90
5.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		94



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Syarat Uji Pre-Test.....	46
Tabel 3. 3 Pengukuran Uji Validitas	50
Tabel 3. 4 Tabel Structural Model Result	52
Tabel 4. 1 Tabel Skala Interval	68
Tabel 4. 2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Price Semsitivity	68
Tabel 4. 3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Service Quality	69
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Trust	70
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Satisfaction	71
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Pre-Test	73
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	74
Tabel 4. 8 Hasil Uji Covergent Validity Main-Test.....	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Discriminant Validity Main Test.....	78
Tabel 4. 10 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion Main Test	78
Tabel 4. 11 Uji Collinearity Statistic (VIF)	79
Tabel 4. 12 Tabel R-Square	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji Bootstrapping Main-Test.....	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Social Media Use Over Time.....	2
Gambar 1. 2 Logo Kopi Kenangan	6
Gambar 1. 3 Restoran Dengan Jumlah Greai Terbanyak Di Indonesia (2022)	8
Gambar 1. 4 Grafik Perusahaan Kopi Modern Dengan Gerai Terbanyak Di ASEAN (2023).....	8
Gambar 1. 5 Status Kedai Kopi Lokal	10
Gambar 1. 6 Hasil Komparasi Brand	11
Gambar 3. 1 Logo Kopi Kenangan	28
Gambar 3. 2 Pemasaran Digital Tiktok Kopi Kenangan.....	30
Gambar 3. 3 Pemasaran Digital Instagram Kopi Kenangan	30
Gambar 3. 4 Gambar Promosi Kopi Kenangan	31
Gambar 3. 5 Model Penelitian	32
Gambar 3. 6 Sampling Techniques	35
Gambar 3. 7 Variabel Eksogen	39
Gambar 3. 8 Varibel Endogen.....	40
Gambar 4. 1 Data Gender Responden.....	57
Gambar 4. 2 Data Umur Responden	58
Gambar 4. 3 Data Wilayah Responden	59
Gambar 4. 4 Data Tingkat Pendidikan Responden	60
Gambar 4. 5 Data Pekerjaan Responden.....	61
Gambar 4. 6 Data Penghasilan Responden	62
Gambar 4. 7 Data Responden Pernah Berbelanja Makanan Melalui Aplikasi Pesan Antar.....	63
Gambar 4. 8 Data Responden Berdasarkan Aplikasi yang Digunakan Untuk Membeli Makanan Secara Online Dalam Sebulan Terakhir.....	64
Gambar 4. 9 Data Responden Yang Pernah Membeli Produk Kopi Kenangan....	65
Gambar 4. 10 Data Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Kopi.....	66
Gambar 4. 11 Hasil Uji Measurement Model	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Google Form	100
Lampiran 1. 2 Hasil Pre-Test dan Main Test	110
Lampiran 1. 3 Turnitin	131
Lampiran 1. 4 Counseling	138



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA