

**Analisis Pengaruh *Customer Habits* terhadap *Revisit Intention*: Studi Kasus
pada Fore Coffee di Tangerang**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Bryan Wong
00000065882

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

**Analisis Pengaruh *Customer Habits* terhadap *Revisit Intention*: Studi Kasus
pada Fore Coffee di Tangerang**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mempero
Gelar Sarjana Manajemen**

Bryan Wong

00000065882

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bryan Wong

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065882

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

“ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER HABITS* TERHADAP *REVISIT INTENTION*: STUDI KASUS PADA FORE COFFEE DI TANGERANG”

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.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, 9 Juni 2025



Bryan Wong

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER HABITS* TERHADAP *REVISIT INTENTION*: STUDI KASUS PADA FORE COFFEE DI TANGERANG

Oleh

Nama : Bryan Wong
NIM : 00000065882
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 9 Juni 2025

Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par

0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



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

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER HABITS* TERHADAP *REVISIT INTENTION*: STUDI KASUS PADA FORE COFFEE DI TANGERANG

Oleh

Nama : Bryan Wong
NIM : 00000065882
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025

Pukul 15.30 s.d .17.00 dan dinyatakan

LULUS

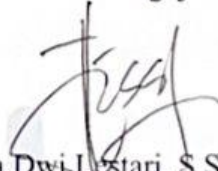
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



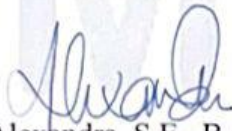
Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M.
0307027602

Penguji



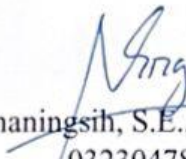
Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.
0306088501

Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par
0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bryan Wong

NIM : 00000065882

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER HABITS* TERHADAP *REVISIT INTENTION*; STUDI KASUS PADA FORE COFFEE DI TANGERANG

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, 9 Juni 2025


(Bryan Wong)

* 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 saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya, saya berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER HABITS* TERHADAP *REVISIT INTENTION*: STUDI KASUS PADA FORE COFFEE DI TANGERANG**" untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 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 ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara;
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara;
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia;
4. Ibu Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini;
6. Sahabat saya, Justin Eagan, Cahya dan Bagus Fatih yang memberikan motivasi dan waktu mereka dalam proses penyusunan tugas akhir ini;

Semoga penyelesaian tugas akhir ini bermanfaat bagi para pembaca, dan menjadi pembelajaran bagi penulis untuk terus berusaha yang terbaik dalam menyelesaikan tanggung jawab, dan dapat membanggakan orang tua.

Tangerang, 9 Juni 2025



Bryan Wong

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER HABITS* TERHADAP *REVISIT INTENTION*: STUDI KASUS PADA FORE COFFEE DI TANGERANG

Bryan Wong

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk mengunjungi kembali kedai kopi. Fore Coffee menghadapi berbagai tantangan signifikan dengan para kompetitornya. Untuk menguji perilaku konsumen terhadap niat kunjungan ulang (*intention to revisit*), hasil dianalisis menggunakan integrasi *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Heuristics Theory*. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei *cross-sectional*. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarakan kepada 150 responden yang merupakan pelanggan kedai kopi. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden yang pernah mengunjungi kedai kopi minimal sekali dalam 6 bulan terakhir. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* SmartPLS 4.0 untuk menguji hubungan kausal antar variabel penelitian. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam hal niat kebiasaan pelanggan (*customer habits*) untuk berkunjung kembali (*intention to revisit*), variabel seperti *perceived product quality* dan *brand awareness* berpengaruh signifikan daripada *service quality* atau *physical environment* yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Secara khusus, sebelum kembali ke kedai kopi, pelanggan secara kebiasaan mengingat kedai kopi yang ingin mereka kunjungi kembali, menunjukkan bahwa rasa kopi dan kualitas berbagai produk memiliki dampak yang sangat penting pada kebiasaan kunjungan ulang mereka. *Customer satisfaction* terbukti berpengaruh sangat signifikan terhadap *customer habits* dan *intention to revisit*, sementara *customer habits* juga berpengaruh signifikan terhadap *intention to revisit*.

Kata Kunci: *intention to revisit; customer habit; customer satisfaction; physical environment; brand awareness; theory of reasoned action; heuristic theory*

**A STUDY ON THE EFFECT OF CUSTOMER HABITS ON REVISIT
INTENTION FOCUSING ON FORE COFFEE IN TANGERANG**

Bryan Wong

ABSTRACT (English)

This study explores the factors that influence consumers' intention to revisit coffee shops. Fore Coffee faces significant challenges from its competitors. To examine consumer behavior regarding intention to revisit, the results are analyzed using an integration of Theory of Reasoned Action (TRA) and Heuristics Theory. The research methodology employs a quantitative approach with a cross-sectional survey design. Data were collected through structured questionnaires distributed to 150 respondents who are coffee shop customers. The sampling technique used was purposive sampling with the criteria of respondents who had visited coffee shops at least once in the last 6 months. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS 4.0 software to test causal relationships among research variables. The findings reveal that regarding customer habits toward intention to revisit, variables such as perceived product quality and brand awareness have significant effects, while service quality and physical environment do not show significant effects. Specifically, before returning to coffee shops, customers habitually remember the coffee shops they want to revisit, indicating that coffee taste and product quality have a crucial impact on their revisit habits. Customer satisfaction proves to have a highly significant effect on customer habits and intention to revisit, while customer habits also significantly influence intention to revisit.

Keywords: *intention to revisit; customer habit; customer satisfaction; physical environment; brand awareness; theory of reasoned action; heuristic theory*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
.....	5
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT (English)</i>.....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	22
1.3 Tujuan Penelitian	23
1.4 Manfaat Penelitian	23
1.5 Batasan Penelitian	25
1.6 Sistematika Penulisan	25
BAB II LANDASAN TEORI	27
2.1 Tinjauan Teori.....	27
2.2 Model Penelitian	37
2.3 Hipotesis	38
2.4 Penelitian Terdahulu.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
3.2 Desain Penelitian	47
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	56

3.6 Teknik Analisis Data	66
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	76
4.2 Karakteristik Responden	76
4.3 Analisis Statistik	79
4.4 Uji Instrumen Pre-Test	91
4.5 Uji Instrumen Main-Test	94
4.6 Interpretasi Hasil Penelitian	108
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Simpulan	124
5.2 Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	131
Lampiran A FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI PRODI MANAJEMEN	131
Lampiran B HASIL OLAH DATA PRE-TEST	132
Lampiran C HASIL OLAH DATA MAIN-TEST	139
Lampiran D KUESIONER	141
Lampiran E HASIL PENGECEKAN TURNITIN	151
Lampiran F JURNAL UTAMA	152

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kedai Kopi 2024.....	7
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 3.2 Syarat Uji Validitas.....	69
Tabel 3. 3 Syarat Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	73
Tabel 3. 4 Syarat Uji <i>Measurement Model (Inner Model)</i>	74
Tabel 4.1 Kategori Kelas Interval	80
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>brand awareness</i>	81
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Service Quality</i>	82
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Perceived Product Quality</i>	84
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Physical Environment</i>	85
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	87
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Customer Habits</i>	88
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Intention To Revisit</i> ...	90
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Data <i>Pre-Test</i>	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Data <i>Pre-Test</i>	93
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	96
Tabel 4. 12 Hasil Data Nilai <i>Cross Loading</i>	98
Tabel 4. 13 Hasil Data Nilai Uji Ulang <i>Fornell Larcker</i>	99
Tabel 4. 14 Hasil Data Nilai <i>Composite Reliability</i>	102
Tabel 4. 15 Hasil Data Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	103
Tabel 4. 16 Hasil Data Nilai <i>R-Square</i>	104
Tabel 4. 17 Hasil Data Nilai Hipotesis.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Fore Coffee	2
Gambar 1.2 Menu Minuman Fore Coffee.....	3
Gambar 1.3 Indonesia Coffee Shop Unit Outlets Statistic.....	4
Gambar 1.4 Data Persentase Kedai Kopi Lokal Terfavorit	5
Gambar 1.5 Most Popular Coffee Chains in GoFood tahun 2023	9
Gambar 1.6 Data Persentase Kedai Kopi Lokal Tervavorit	10
Gambar 1.7 Hasil Pilot Survey.....	11
Gambar 1.8 Hasil Pilot Survey.....	12
Gambar 1.9 Hasil Pilot Survey.....	13
Gambar 1.10 Hasil Pilot Survey.....	13
Gambar 1.11 Hasil Pilot Survey.....	14
Gambar 1.12 Hasil Pilot Survey.....	15
Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 3.1 Logo Fore Coffee	44
Gambar 3.2 Kedai Fore Coffee	45
Gambar 3.3 Aplikasi dari Fore Mobile App	46
Gambar 3.4 Research Design.....	47
Gambar 3.5 Research Design.....	51
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Gender	76
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Gender	77
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Gender	78
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Gender	78
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Gender	79
Gambar 4.6 Tagline Janji Jiwa.....	117
Gambar 4.7 Jumlah Gerai Kopi Kenangan	119
Gambar 4.8 Pelatihan Toffin for Caffe	120
Gambar 4.10 Starbucks Outlet	122
Gambar 4.11 Starbucks Reserve	123

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Formulir Konsultasi Skripsi Prodi Manajemen	131
Lampiran B Hasil Olah Data Pre-Test	132
Lampiran C Hasil Olah Data Main-Test	139
Lampiran D Kuesioner	141
Lampiran E Hasil Pengecekan Turnitin	151
Lampiran F Jurnal Utama.....	153

