

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION DAN *CUSTOMER LOYALTY*
PADA POINT COFFEE**



SKRIPSI

Kelly Bong

00000068403

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

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION DAN *CUSTOMER LOYALTY*
PADA POINT COFFEE**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Kelly Bong

00000068403

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

Analisis Faktor - Faktor..., Kelly Bong, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kelly Bong

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068403

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA POINT COFFEE

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, 01 Desember 2025


Kelly Bong

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Kelly Bong
NIM : 00000068403
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA POINT COFFEE

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Skripsi sebagai berikut:

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

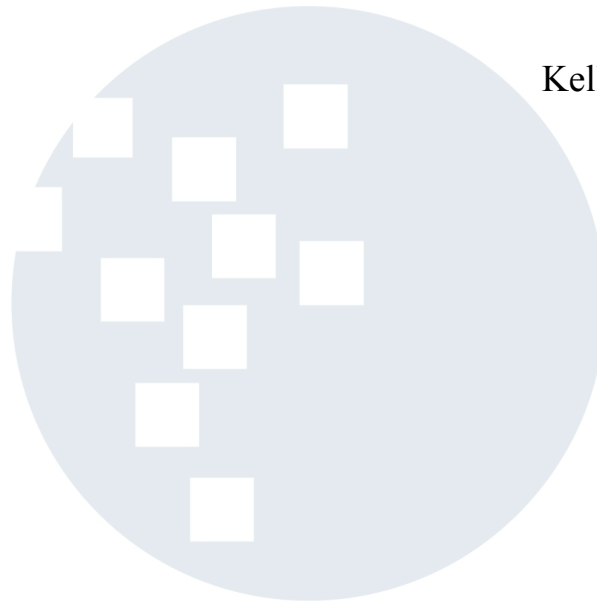
- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur
- (2) Penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (3) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah mencantumkan dalam sitasi serta referensi

(4) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 15 Desember 2025



Kelly Bong



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA POINT COFFEE

Oleh

Nama : Kelly Bong
NIM : 00000068403
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

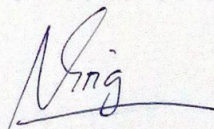
Tangerang, 01 Desember 2025

Pembimbing



Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM., CPM(Asia)
NIDN : 0302057904

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA POINT COFFEE

Oleh

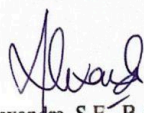
Nama : Kelly Bong
NIM : 00000068403
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 15 Desember 2025
Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

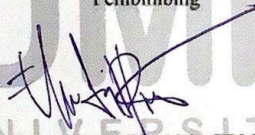
Ketua Sidang

Penguji

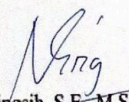

Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP
NIDN: 0305027607


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

Pembimbing


Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM., CPM(Asia)
NIDN : 0302057904

Ketua Program Studi Manajemen


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

vi

Analisis Faktor - Faktor..., Kelly Bong, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kelly Bong

NIM : 00000068403

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : **ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER
LOYALTY* PADA POINT COFFEE**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- ☒ 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, 01 Desember 2025



Kelly Bong

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** 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

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA POINT COFFEE”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bagi perusahaan yang bergerak di sektor *food and beverage*. Penulis juga berharap skripsi ini dapat menjadi referensi bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam memahami peran *service quality*, *store atmosphere*, dan *price fairness* dalam meningkatkan *customer satisfaction*, yang selanjutnya berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Point Coffee.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih S.E, M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Eko Sigit Pramudito, S.T., M.M., CDM., CPM(Asia) 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 dengan baik.
6. Kepada teman penulis yaitu, Gabriella Cindy, Cindy Ghovanny, Ika W Agustina, Angriany Lutfiyah Darmawan, dan Gabriela Theadora yang telah

mendengarkan keluh kesah penulis dan menemani perjalanan penulis dalam pembuatan tugas akhir ini.

7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan partisipasi dalam pengisian kuesioner untuk keperluan penelitian ini.
8. Kepada diri sendiri atas komitmen serta ketekunan yang telah mendukung terselesaikannya tugas akhir ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan mungkin belum sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap berbagai saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca. Penulis juga berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa wawasan baru serta memperluas pemahaman bagi siapa pun yang membacanya.

Tangerang, 01 Desember 2025



Kelly Bong



ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY
PADA POINT COFFEE

Kelly Bong

ABSTRAK

Industri coffee shop di Indonesia berkembang pesat dan menciptakan persaingan yang semakin ketat antar merek. Point Coffee sebagai salah satu pelaku industri menghadapi tantangan terkait kualitas layanan, suasana toko, dan persepsi keadilan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality*, *store atmosphere*, dan *price fairness* terhadap *customer satisfaction*, serta pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada konsumen Point Coffee. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Point Coffee yang telah melakukan pembelian minimal dua kali, dengan analisis data menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality*, *store atmosphere*, dan *price fairness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selain itu, *customer satisfaction* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan, suasana toko yang nyaman, serta penetapan harga yang wajar merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan Point Coffee secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Service Quality, Store Atmosphere, Price Fairness, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

AN ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY AT POINT COFFEE

Kelly Bong

ABSTRACT

The rapid growth of the coffee shop industry in Indonesia has intensified competition among various brands. As one of the key players in this industry, Point Coffee faces challenges related to service quality, store atmosphere, and price fairness, all of which may influence customer satisfaction and loyalty. This study aims to examine the effects of service quality, store atmosphere, and price fairness on customer satisfaction, as well as the effect of customer satisfaction on customer loyalty among Point Coffee consumers. A quantitative approach was applied through the distribution of questionnaires to customers who had made at least two purchases at Point Coffee. The data were analyzed using the Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The findings indicate that service quality, store atmosphere, and price fairness have a positive and significant influence on customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction is proven to have a positive and significant effect on customer loyalty. These results highlight that enhancing service quality, providing a comfortable store atmosphere, and implementing fair pricing are essential factors in building sustainable customer satisfaction and loyalty at Point Coffee.

Keywords: *Service Quality, Store Atmosphere, Price Fairness, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI).....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	28
1.3 Tujuan Penelitian.....	28
1.4 Manfaat Penelitian.....	29
1.4.1 Manfaat Akademis.....	29
1.4.2 Manfaat Praktis.....	29
1.5 Batasan Penelitian.....	30
1.6 Sistematika Penulisan.....	30
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	32
2.1 Tinjauan Teori.....	32
2.1.1 Grand Theory.....	32
2.1.2 Service Quality.....	33
2.1.2.1 Service Quality sebagai Konstruksi Hirarkis.....	35
2.1.3 Store Atmosphere.....	36
2.1.4 Price Fairness.....	37
2.1.5 Customer Satisfaction.....	38
2.1.6 Customer Loyalty.....	39
2.2 Model Penelitian.....	40
2.3 Hipotesis.....	40
2.3.1 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	40
2.3.2 Pengaruh Store Atmosphere terhadap Customer Satisfaction.....	41

2.3.3 Pengaruh Price Fairness terhadap Customer Satisfaction.....	42
2.3.4 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty yang dimediasi oleh Service Quality, Store Atmosphere, Price Fairness secara simultan.....	43
2.4 Penelitian Terdahulu.....	44
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
3.2 Desain Penelitian.....	50
3.2.1 Desain Penelitian Eksploratif.....	51
3.2.2 Desain Penelitian Konklusif.....	52
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
3.3.1 Populasi.....	53
3.3.2 Sampel.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	57
3.6 Teknik Analisis Data.....	63
3.6.1 Uji Data Pre-Test.....	63
3.6.2 Uji Validitas Pre-Test.....	64
3.6.3 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	65
3.6.4 Analisis Data Penelitian Main Test.....	65
3.6.5 Identifikasi Variabel Penelitian.....	70
3.7 Uji Hipotesis.....	72
3.7.1 Testing Structural Relationship.....	72
BAB IV	
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Karakteristik Responden.....	73
4.2 Analisis Statistik.....	73
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Gender.....	73
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	74
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Tahu Atau Tidak Brand Point Coffee..	76
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidak Mengunjungi/Membeli Point Coffee.....	77
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengonsumsi/Membeli Produk Point Coffee Dalam 6 Bulan Terakhir..	78
4.3 Analisis Deskriptif.....	78

4.3.1 Service Quality.....	79
4.3.2 Store Atmosphere.....	84
4.3.3 Price Fairness.....	85
4.3.4 Customer Satisfaction.....	87
4.3.5 Customer Loyalty.....	88
4.4 Uji Instrument Pre-Test.....	90
4.4.1 Uji Validitas Pre-Test.....	90
4.4.2 Uji Reliabilitas Pre-Test.....	92
4.5 Uji Instrument Main-Test.....	94
4.5.1 Hasil Uji Outer Model (Measurement Model).....	95
4.5.1.1 Convergent Validity dan Reliability.....	95
4.5.1.2 Discriminant Validity.....	98
4.5.1.3 Convergent Validity dan Reliability Setelah Menghilangkan Indikator.....	101
4.5.1.4 Discriminant Validity Setelah Menghilangkan Indikator.....	102
4.5.2 Hasil Uji Inner Model (Structural Model).....	104
4.6 Uji Hipotesis.....	107
4.7 Pembahasan.....	110
4.7.1 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	110
4.7.2 Pengaruh Store Atmosphere terhadap Customer Satisfaction.....	111
4.7.3 Pengaruh Price Fairness terhadap Customer Satisfaction.....	112
4.7.4 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty yang dimediasi oleh Service Quality, Store Atmosphere, Price Fairness secara simultan.....	113
4.8 Implikasi Manajerial.....	115
4.8.1 Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	115
4.8.2 Store Atmosphere terhadap Customer Satisfaction.....	116
4.8.3 Price Fairness terhadap Customer Satisfaction.....	117
4.8.4 Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty.....	118
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN.....	120
5.1 Simpulan.....	120
5.2 Saran.....	121
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	121
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Tahun Berdirinya Beberapa Brand Kedai Kopi Lokal.....	9
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Kopi Tiap Brand.....	23
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.2. Syarat Uji Validitas.....	64
Tabel 3.3. Pengukuran Uji Validitas.....	67
Tabel 3.4. Structural Model Result.....	69
Tabel 4.1 Skala Interval Berdasarkan Nilai Rata - Rata (Mean).....	79
Tabel 4.2 Variabel Service Quality.....	79
Tabel 4.3 Variabel Store Atmosphere.....	84
Tabel 4.4 Variabel Price Fairness.....	85
Tabel 4.5 Variabel Customer Satisfaction.....	87
Tabel 4.6 Variabel Customer Loyalty.....	88
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Pre-Test.....	91
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test.....	93
Tabel 4.9 Hasil Convergent Validity & Reliability Main-Test.....	95
Tabel 4.10 Hasil Uji Cross Loading Factor.....	98
Tabel 4.11 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion.....	99
Tabel 4.12 Hasil Convergent Validity & Reliability Main-Test.....	101
Tabel 4.13 Hasil Uji Cross Loading Factor.....	102
Tabel 4.14 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion.....	104
Tabel 4.16 Hasil Uji R-Square (R^2).....	105
Tabel 4.17 Hasil Uji Predictive Relevance Q^2	106
Tabel 4.18 Hasil Uji Effect Size f^2	106
Tabel 4.19 Hasil Uji Bootstrapping Direct Effects.....	108
Tabel 4.20 Hasil Uji Bootstrapping Indirect Effects.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai PDB Industri Makanan dan Minuman Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Terhadap PDB.....	2
Gambar 1.3 Market Share Minuman Tertinggi.....	4
Gambar 1.4 Data Konsumsi Kopi Dalam Satu Hari.....	5
Gambar 1.5 Grafik Kedai Lokal Terfavorit di Indonesia Tahun 2022.....	6
Gambar 1.6 Grafik Kedai Lokal Terfavorit di Indonesia Tahun 2023.....	7
Gambar 1.7 Grafik Kedai Kopi Favorit di Indonesia Tahun 2024.....	8
Gambar 1.8 Grafik Kedai Kopi Favorit di Indonesia Tahun 2025.....	9
Gambar 1.9 Beberapa Rating dan Review Point Coffee.....	14
Gambar 1.10 Artikel Terkait Penilaian Point Coffee.....	15
Gambar 1.11 Complain Pelanggan Terhadap Produk Point Coffee.....	16
Gambar 1.12 Pertimbangan Pemilihan Kedai Kopi.....	17
Gambar 1.13 Suasana Kedai Point Coffee Di Beberapa Daerah.....	19
Gambar 1.14 Suasana Kedai Point Coffee Gedhe.....	19
Gambar 1.15 Suasana Outlet Kopi Kenangan, Janji Jiwa, dan Fore.....	20
Gambar 1.16 Rating dan Review Point Coffee.....	23
Gambar 1.20 Komentar Pelanggan Terkait Harga Point Coffee.....	24
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	40
Gambar 3.1 Logo Point Coffee.....	49
Gambar 3.2 Desain Penelitian.....	51
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	74
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Tahu Atau Tidak Brand Point Coffee...	76
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidak Mengunjungi/Membeli Point Coffee.....	77
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengonsumsi/Membeli Produk Point Coffee Dalam 6 Bulan Terakhir.....	78
Gambar 4.6 Hasil Uji Measurement Model.....	95
Gambar 4.7 Hasil Uji Measurement Model Setelah Menghilangkan Indikator...	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin.....	132
Lampiran B Formulir Bimbingan.....	133
Lampiran C Jurnal Utama.....	135
Lampiran D Hasil Pre-Test.....	154
Lampiran E Hasil Main-Test.....	157
Lampiran F Kuesioner Google Form.....	159
Lampiran G Hasil Gform.....	170
Lampiran H Bukti Pengajuan Isi Kuesioner.....	173