

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
STUDI KASUS PADA KEDAI KOPI AZA DI RAWALUMBU
KOTA BEKASI**

SKRIPSI

**OLEH :
MUHAMMAD YASIR MEKOTONDA
202010325044**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan
Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di
Kedai Kopi AZA Rawalumbu Kota Bekasi

Nama : Muhammad Yasir Mekotonda

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325044

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Heni Rohaeni, S.Sos, M.Si.
NIDN. 0314068202



Indah Rizki Maulia, S.Psi, MM.
NIDN. 0306018201

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek
dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan
di Kedai Kopi AZA Rawalumbu Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Muhammad Yasir Mekotonda

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325044

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Achmad Fauzi, S.E., M.M
NIDN. 0420108003

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0401107703

Penguji : Dr. Heni Rohaeni, S.Sos, M.Si.
NIDN. 0314068202

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Yasir Mekotonda
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325044
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 13 Oktober 1996
Alamat : Jl. Lumbu Barat Raya No 1 Blok 7 Bumi Bekasi
Baru RT/RW 001/010 Kelurahan Bojong
Rawalumbu Kecamatan Rawalumbu Kota Bekasi
(17116)

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopi AZA Rawalumbu Kota Bekasi. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyebarkan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 26 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Yasir Mekotonda
202010325044

ABSTRAK

Muhammad Yasir Mekotonda 202010325044, Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi AZA di Rawalumbu Kota Bekasi. Pembimbing **Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si.** dan **Indah Rizki Maulia, S.Psi., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Promosi berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen di Kedai Kopi AZA yang beralamatkan di Jl. Lumbu Barat Raya No.1 Blok 7 Bumi Bekasi Baru RT/RW 01/010 Kelurahan Bojong Rawalumbu Kecamatan Rawalumbu Kota Bekasi, Jawa Barat, 17116. Penggunaan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple systematic Sampling* dengan perhitungan rumus slovin yaitu didapatkan 100 orang konsumen.

Data analisis menggunakan *Smart PLS 3.0*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji r-square, uji f-square dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan T-Statistik 2.182 > t-table yaitu 1.978. Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai *P-Values* sebesar 1.402 < t-tabel yaitu 1,978. Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai P-value sebesar 0,025 lebih kecil dari t-tabel yaitu 0,05.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Promosi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Muhammad Yasir Mekotonda 202010325044, Thesis with the title The Influence of Service Quality, Brand Image, and Promotion on Customer Satisfaction at AZA Coffee Shop in Rawalumbu, Bekasi City. Supervisor **Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si.** and **Indah Rizki Maulia, S.Psi., M.M.**

This study aims to determine whether Service Quality, Brand Image, and Promotion have an effect on Customer Satisfaction. The method used in this study is a quantitative method. The population in this study were consumers at the AZA Coffee Shop located at Jl. Lumbu Barat Raya No.1 Block 7 Bumi Bekasi Baru RT/RW 01/010 Bojong Rawalumbu Village, Rawalumbu District, Bekasi City, West Java, 17116. The use of samples in this study used the Simple systematic Sampling technique with the calculation of the slovin formula, namely 100 consumers were obtained.

Data analysis using Smart PLS 3.0. The analysis methods used are descriptive analysis, validity test, reliability test, r-square test, f-square test and hypothesis test. The results of the study indicate that Service Quality affects Customer Satisfaction with T-Statistic $2.182 > t\text{-table}$ which is 1.978. Brand Image does not affect Customer Satisfaction because the P-Values value is $1.402 < t\text{-table}$ which is 1.978. Promotion affects Customer Satisfaction because the P-value is 0.025 which is smaller than the t-table which is 0.05.

Keywords : Service Quality, Brand Image, Promotion, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYAN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI Pada Kedai Kopi AZA di Rawalumbu Kota Bekasi** dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

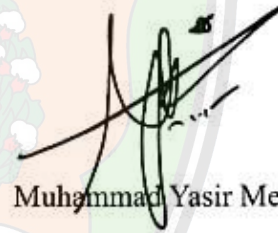
Pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, SE.,M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T..M.M. selaku Ketua Program Studi Strata Satu Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan.
5. Ibu Dr. Heni Rohaeni, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal ini.
6. Ibu Indah Rizki Maulia, S.Psi., M.M selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal ini.
7. Kedua orang tuaku dan saudara-saudaraku yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi yang selalu diberikan untuk penulis.

8. Kedua orang tuaku dan saudara-saudaraku yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi yang selalu diberikan untuk penulis.
9. Teman-temanku yang telah memberikan dukungan, kebersamaan dan kerja sama baik di dalam kampus maupun di luar kampus.
10. Dan seluruh pihak yang membantu, memberikan dukungan serta doa dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kesalahan dan ketidak sempurnaan pada skripsi ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dalam penulisan di masa yang akan datang dan penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 26 Juli 2024



Muhammad Yasir Mekotonda

DAFTAR ISI

<i>LEMBAR PERSETUJUAN PEBIMBING</i>	<i>i</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN</i>	<i>ii</i>
<i>LEMBAR PERNYATAAN</i>	<i>iii</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>iv</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>v</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>vi</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xi</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xii</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xiii</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
<i>BAB II</i>	<i>9</i>
<i>TELAAH PUSTAKA</i>	<i>9</i>
2.1 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan	12
2.2 Citra Merek	13
2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	13
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek	15
2.2.3 Indikator Citra Merek	15
2.3 Promosi	16
2.3.1 Pengertian Promosi	16
2.3.2 Langkah-langkah yang mengembangkan Promosi	18
2.3.3 Indikator Promosi.....	20

2.4	Kepuasan Pelanggan	20
2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	20
2.4.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	22
2.4.3	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	22
2.5	Hasil Peneliti Terdahulu	23
2.6	Kerangka Konseptual.....	26
2.7	Hipotesis	27
2.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.7.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.7.3	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	28
BAB III.....		29
METODOLOGI PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian	29
3.4.1	Jenis Penelitian.....	29
3.4.2	Jenis Sumber Data.....	29
3.3	Operasional Variabel	30
3.4	Populasi dan Sampel	32
3.4.1	Populasi.....	32
3.4.2	Sampel	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Skala Pengukuran.....	35
3.6.1	Skala Instrumen (Kuesioner)	35
3.6.2	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7	Model Konseptual.....	36
3.8	Metode Analisa Data.....	36
3.8.1	Teknik Analisa Data	36
3.8.2	Tahapan Analisa PLS.....	37
3.9	Uji Hipotesis	39
BAB VI.....		39
HASIL PENELITIAN.....		39
4.1	Hasil dan Pembahasan	40
4.1.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	40
4.1.2	Identitas Responden	40
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	42

4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	42
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	44
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi	45
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	46
4.3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	47
4.3.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	47
4.3.2 Uji Validitas Konstruk	48
4.4 Pembahasan.....	56
4.4.1 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	56
4.4.2 Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.4.3 Promosi Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	57
BAB V	58
PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Implikasi Manajerial	58
5.3 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Survey Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi AZA.....	2
Tabel 1. 2 Data Survey Kualitas Pelayanan Kedai Kopi AZA	3
Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Data Variabel	30
Tabel 3. 2 Nilai P (1-P)	33
Tabel 3. 3 Skala Likert	34
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner.....	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	42
Tabel 4. 5 Deskripsi Item Pernyataan Pengaruh Kualitas Pelayanan	43
Tabel 4. 6 Deskripsi Item Pernyataan Pengaruh Citra Merek.....	44
Tabel 4. 7 Deskripsi Item Pernyataan Pengaruh Promosi.....	45
Tabel 4. 8 Deskripsi Item Pernyataan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	46
Tabel 4. 9 Convergen Validity (Loading Factor).....	48
Tabel 4. 10 Average Variant Extracted.....	50
Tabel 4. 11 Cross Loading X1	51
Tabel 4. 12 Cross Loading X2	51
Tabel 4. 13 Cross Loading X3	52
Tabel 4. 14 Cross Loading Y	52
Tabel 4. 15 Cronbach Alpha	53
Tabel 4. 16 Hasil R-Square	54
Tabel 4. 17 Hasil F-Square.....	54
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis dan Pembahasan	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kegiatan Promosi Kedai Kopi AZA	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3. 3 Model Konseptual	26
Gambar 4. 1 Outer Model Penelitian	48
Gambar 4. 2 Average Variant Extracted	50
Gambar 4. 3 <i>Inner Model Penelitian</i>	53
Gambar 4. 4 Output Bootstrapping	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarime	65
Lampiran 2 : Gambar Uji Plagiarisme Turnitin	65
Lampiran 3 : Uji Referensi	67
Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 5 : Tabulasi Data Responden	79
Lampiran 6 : Hasil Uji Data	89
Lampiran 7 : Buku Bimbingan Skripsi	91
Lampiran 8 : Formulir Pendaftaran Ujian Skripsi	94
Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup	95
Lampiran 10 : Dokumentasi Kedai Kopi AZA	96

