

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* , KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(STUDI PADA FORE COFFEE DI JAKARTA SELATAN)**

TUGAS AKHIR

ASTRI DIAH RACHMAWATI

183112340250534



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2024

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* , KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(STUDI PADA FORE COFFEE DI JAKARTA SELATAN)**

TUGAS AKHIR

ASTRI DIAH RACHMAWATI

183112340250534



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2024

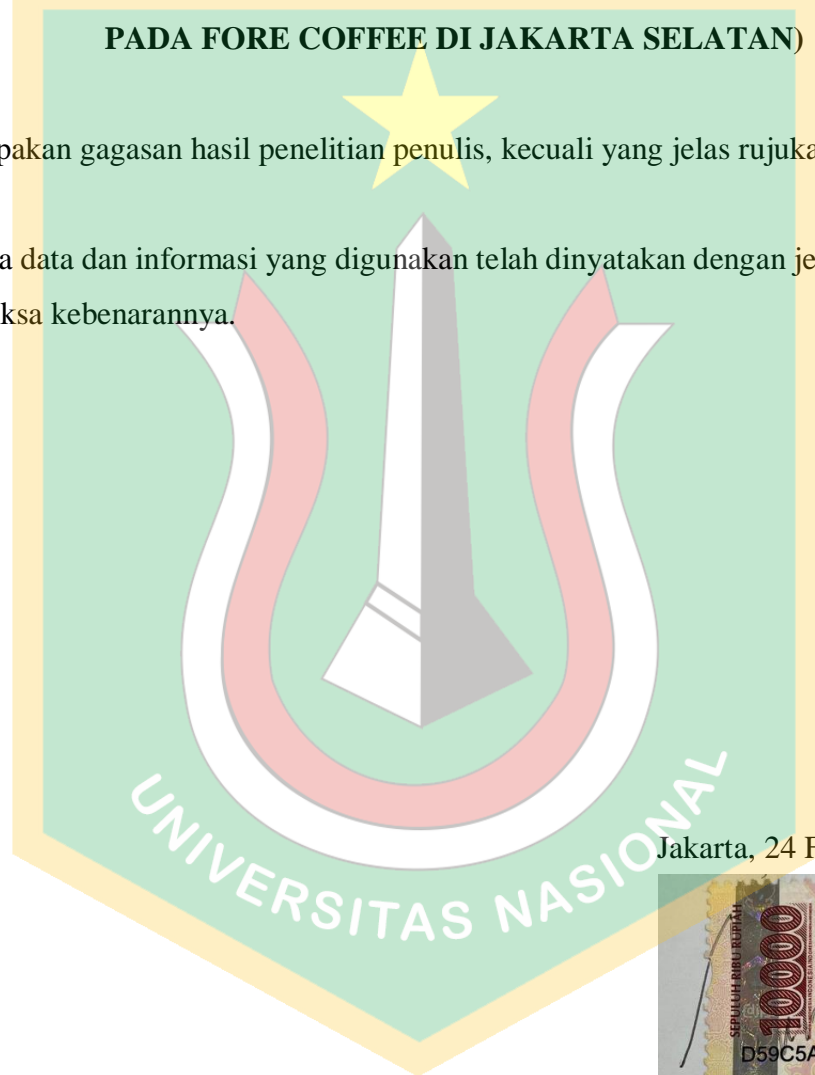
PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pertanyaan dalam skripsi yang berjudul :

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* (STUDI PADA FORE COFFEE DI JAKARTA SELATAN)

Merupakan gagasan hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya

Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan dengan jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.



Jakarta, 24 Februari 2024



Astri Diah Rachmawati
183112340250534

LEMBAR PERSEJUTUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND AWARENESS*,
KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP *COSTUMER
LOYALTY* (STUDI PADA FORE COFFEE DI
JAKARTA SELATAN)**

Nama Mahasiswa : **Astri Diah Rachmawati**

Nomor Pokok Mahasiswa : **183112340250535**

Program Studi : **Manajemen**

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini, S.E, M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *COSTUMER LOYALTY* (STUDI PADA FORE COFFEE DI JAKARTA SELATAN)**

Nama Mahasiswa : Astri Diah Rachmawati

Nomor Pokok : 183112340250534

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,**



Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

Ketua/Penguji

Anggota/Penguji



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M..)



(Dhieka Avrilia Lantana, S.Kom, M.Kom.)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta:

Tanggal Lulus:

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* (STUDI PADA FORE COFFEE DI JAKARTA SELATAN)

Oleh :

Astri Diah Rachmawati

183112340250534

Tugas Akhir ini dibawah Bimbingan Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk melihat dan menganalisis pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap *Costumer Loyalty* (Studi Pada Fore Coffee di Jakarta Selatan). Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menerapkan regresi linier berganda dan aplikasi *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 23, dengan total 100 responden yang mengisi kuesioner dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel : *Brand Awareness* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Costumer Loyalty*, pada Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Costumer Loyalty*, serta pada Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Costumer Loyalty*.

Kata Kunci ; *Brand Awareness*, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* (STUDI PADA FORE COFFEE DI JAKARTA SELATAN)

By :

Astri Diah Rachmawati

183112340250534

Final project, under the guidance of Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.

The purpose of this research is to determine and analyze the influence of Brand Awareness, Product Quality, and Service Quality on Customer Loyalty (Study on Fore Coffee in South Jakarta). In this study, data was analyzed using multiple linear regression and the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 23 application, with a total of 100 respondents completing a questionnaire utilizing quantitative methods. The results demonstrated that the variable: Brand Awareness (X1) has a positive and significant effect. on Customer Loyalty, Product Quality (X2) has a positive and significant effect on Customer Loyalty, and Service Quality (X3) has a positive and significant effect on Customer Loyalty.

Keywords : Brand Awareness, product quality, and Service Quality

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Astri Diah Rachmawati
Tempat, Tanggal Lahir : 28 Juli 2000
Jenis kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : jalan Hidup Baru No. 35 RT 05, RW 10,
Gandaria Utara, Kebayoran Baru, Jakarta
Selatan, 12140.
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Telepon/Hp : 085284576950
Email : astridiah2807@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006 – 2012 : SDN GANDARIA UTARA 05 PAGI
2. 2012 – 2015 : SMPN 250 JAKARTA
3. 2015 – 2018 : SMAN 46 JAKARTA
4. 2018 – 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL



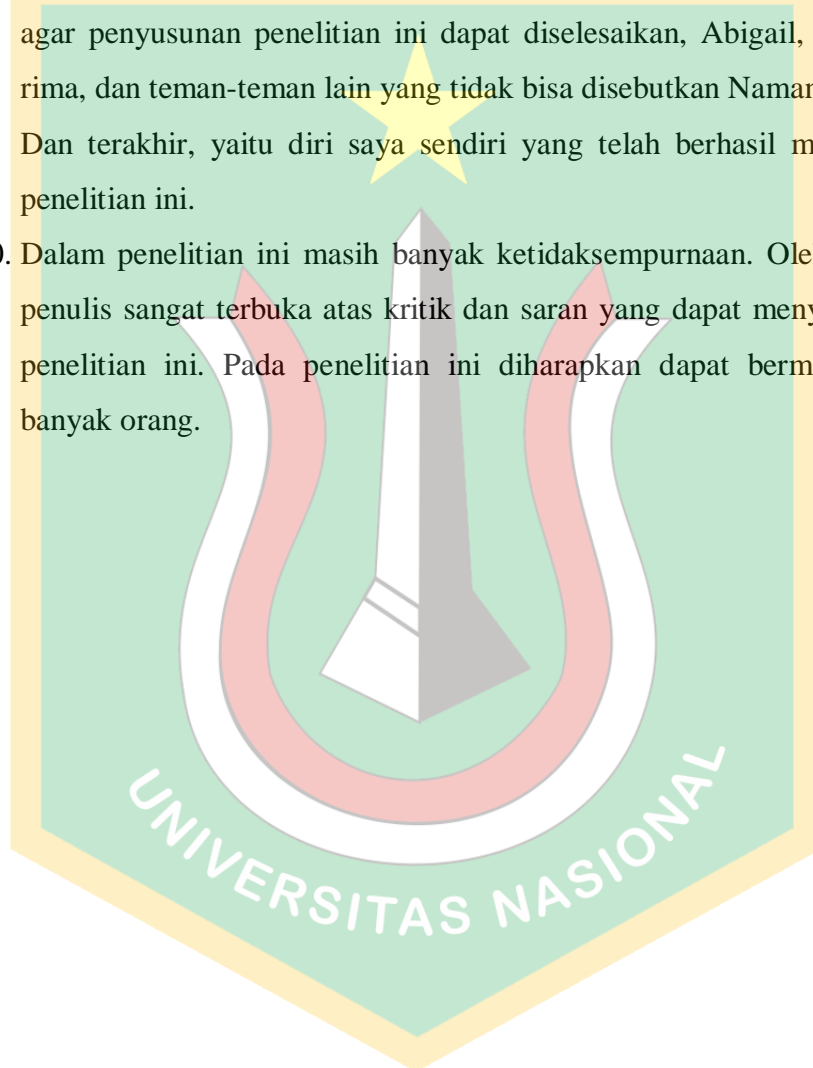
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH AUBAHANAHU WA TA'ALA serta Nabi Besar Muhammad SAW. Atas rahmat, berkat dan karunianya serta hidayah Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu, dengan judul “*Brand Awareness, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Customer Loyalty (Studi Pada Fore Coffee di Jakarta Selatan)*” yang merupakan salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. penulis menyadari bahwa skripsi yang ditulis oleh penulis ini masih jauh dari kesempurnaan dengan masih terdapat banyak kekurangan didalamnya, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari pembaca demi meningkatkan penelitian ini

Proses penelitian yang ditempuh oleh penulis telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu penulis dalam menyusun penelitian ini, dengan segala hormat dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. ALLAH SWT, yang telah memberikan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional, atas dukungan dan bimbingan dalam perjalanan akademik penulis.
3. Bapak Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional dan Dosen Pembimbing penulis, terima kasih atas bimbingan, dorongan dan arahan yang berharga dalam proses penyusunan penelitian ini
4. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Nasional.

6. Kepada seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu Namanya dan tanpa mengurangi rasa hormat, terima kasih banyak karena telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga akhir saat ini.
7. Kepada orang tua, kakak, dan abang yang telah membantu dalam mendoakan untuk kelancaran penelitian ini.
8. Teman dan sahabat yang selalu sedia memberikan masukan dan semangat agar penyusunan penelitian ini dapat diselesaikan, Abigail, adel, yumel, rima, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan Namanya di sini.
9. Dan terakhir, yaitu diri saya sendiri yang telah berhasil menyelesaikan penelitian ini.
10. Dalam penelitian ini masih banyak ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka atas kritik dan saran yang dapat menyempurnakan penelitian ini. Pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk banyak orang.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Perumusan Masalah	5
C.Tujuan Penelitian	5
D.Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A.Landasan Teori	7
1. Manajemen Pemasaran	7
2. Manajemen Pemasaran Jasa	10
3. Customer Loyalty	11
4. Brand Awareness	13
5. Kualitas Produk	14
6. Kualitas Pelayanan	19
B.Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	21
C.Hasil Penelitian Terdahulu	22
D.Kerangka Analisis	25
E.Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A.Objek Penelitian	28
B.Rencana dan Tahapan Penelitian	28
1. Rencana Penelitian	28
2. Tahapan Penelitian	29
C.Data Penelitian	30
1. Sumber Data dan Jenis Data	30

2. Populasi dan Sampel	31
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	32
D. Definisi Operasional Variabel	33
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	35
1. Metode Analisis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Data Responden	41
1. Data Umum Responden	41
2. Data Khusus Responden	41
B. Statistik Deskriptif	43
1. Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i> (X1)	44
2. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	44
3. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	45
4. Deskripsi Variabel Customer Loyalty (Y)	46
C. Uji Instrumen	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	49
D. Uji Asumsi Klasik	51
1. Uji Normalitas	51
2. Uji Multikolinieritas	53
3. Uji Heteroskedastisitas	53
4. Uji Autokorelasi	54
E. Analisis Regresi Linier Berganda	55
F. Uji Hipotesis	57
1. Uji t	57
2. Uji F	58
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
G. Pembahasan	60
BAB 5 PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Beberapa Coffee Shop di wilayah Cipete Jakarta Selatan	1
Tabel 1. 3 Data subkategori Kedai Kopi pada Top Brand	3
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Brand Awareness	44
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	45
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	46
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Costumer Loyalty	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Terhadap Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner.....	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Awareness (X1)	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Costumer Loyalty (Y)	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedasitas	54
Tabel 4. 17 Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 19 Hasil Uji t	56
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	57
Tabel 4. 21 Hasil Uji Determinasi (R^2)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data subkategori Kedai Kopi pada Top.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	51

