

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. &. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke-12, Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks.
- Arizal, L. d. (2015). *Karakteristik Konsumen* .
- Armstrong, K. d. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Asrizal Efendy Nasution, L. P. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal UMSU*, 168.
- Bangka Belitung Jl Merdeka No, U., & Pinang Kep Bangka Belitung Indonesia, P. (2015). *Analisis pengaruh harga dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian pada data.com computer kota pangkalpinang*.
- Cokki, G. P. (2021). DETERMINAN LOYALITAS PELANGGAN KEDAI KOPI DI .
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan : Studi Pengguna Mobil Toyota Calya di Kota Bogor dan Bekasi.
- Durianto, Darmadi dkk. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Yogyakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Fajrina. (2020). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran.
- Guillén, M. J. (2019). Perceived quality and price: their impact on the satisfaction of restaurant customers.
- Hanifawati, T., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). Pengaruh Atribut Kemasan Makanan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian. *Agriekonomika*, 6(1). <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>
- Hikmawati, K. A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu SimPATI di GraPARI Telkomsel Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol (Vol. 37, Issue 2)*. www.bareksa.com
- Irawan. (2014). *Manajemen pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat. .
- Ishma Alfisa Martianto, S. S. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN.
- Kautsar, A. P., Widiyanto, S., Abdulah, R., & Amalia, H. (2012). Relationship of Consumer Involvement, Credibility of the Source of Information and Consumer Satisfaction on Purchase Decision of Non-Prescription Drugs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 449–454. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.147>
- Keller, K. d. (2009). *Marketing Management Kotler Person International Edition*.
- Keller, K. d. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 J*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, jilid 1 terjemahan Bob Sabran*. Jakarta.
- Kotler. (2018). Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jus Buah Segar Bandar Lampung.

- Liswani, E., & Wahyuningsih, T. (2015). *Pengaruh Stimuli Pemasaran Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional Dosen Universitas Muhammadiyah Palembang*.
- María Jesús Yagüe Guillén, N. R. (2019). *Customer Loyalty and Brand Management*.
- Notoatmodjo. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurrahmi, S. (2015). *Principles of Marketing*.
- Pemikiran, J., Ilmiah, M., Agribisnis, B., Handaya, W., Dasipah, E., Ks, K., Permana, N. S., & Sukmawati, D. (2023). *Mimbar Agribisnis: Pengaruh Kualitas Produk Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik (Suatu Survei Terhadap Konsumen Sayuran Hidroponik UPTD Kawasan Agroeduwisata Cikundul Kota Sukabumi) Influence Of Product Quality And Consumer Characteristics On Hydroponic Vegetable Purchases (A Survey of Hydroponic Vegetable Consumers UPTD Cikundul Agro-tourism Area, Sukabumi City)*. In *Januari* (Vol. 2023, Issue 1).
- Sangadji. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari Sariatin, C. E. (2023). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*.
- Simamora. (2001). *Aura Merek (7 langkah membangun merek yang kuat)*. Jakarta.
- Siyoto, S. &. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media Publishing*. Yogyakarta.
- Sofuwan, N. (2015). *Manajemen Bisnis*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (2004). *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Edisi pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwarno. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jogyakarta : AMUS.
- Sagita, A. E., Najib, ; M., & Yasid, ; M. (2020). *Marketing mix dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan pada salon muslimah di kota bogor marketing mix and consumer characteristics on purchasing decisions and customer satisfaction in muslimah salons in bogor city*. In *Jurnal Syarikah P* (Vol. 6, Issue 1).
- Septian Saputra, D., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). *Analisis Pengaruh Karakteristik Konsumen Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Masyarakat Kota Metro)*. In *Jurnal Manajemen Diversifikasi* (Vol. 3, Issue 1).
- Simamora. (2001). *Pengaruh karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan*.
- Sofuwan, T. M., Pt, K., Palembang, P., & Nurrahmi, M. (2015). *Pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada pt. Sequislife insurance cabang palembang*.
- Sosial, J., Pertanian, E., Farnesia, L., Roessali, W., & Santoso, S. I. (2017). *Agrisociomics Analisis Pengaruh Promosi Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Walini Di Kota Bandung (Analysis of The Influence of Promotion and Consumer Characteristics on Purchasing Decision of Walini Tea Bag in Bandung City)*. *1*(1), 34–43. <http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/agrisociomics>
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cet ke-28. Alfabeta. Bandung.

- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andy Offset.
- Keller, K. d. (2009). *Marketing Management Kotler Person International Edition*.
- Keller, K. d. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 J*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, jilid 1 terjemahan Bob Sabran*. Jakarta.
- Kotler. (2018). *Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Jus Buah Segar Bandar Lampung*.
- Notoatmodjo. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurrahmi, S. (2015). *Principles of Marketing*.
- Sangadji. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari Sariatini, C. E. (2023). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*.
- Simamora. (2001). *Aura Merek (7 langkah membangun merek yang kuat)*. Jakarta.
- Siyoto, S. &. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media Publishing*. Yogyakarta.
- Sofuwan, N. (2015). *Manajemen Bisnis*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (2004). *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Edisi pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwarno. (2019). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : AMUS.
- Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, 2. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, F. &. (2012). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widhi dkk. (2023). *The Antecedents of Customer Loyalty: An Empirical Investigation in Life Insurance Context. Journal of Competitiveness. Competitiveness.*, Volume 5, Issue 2, pp. 139-163, June.
- Yasi, M. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan Transportasi Gojek (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Su*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner Penelitian

Hal : Pemohonan Pengisian Kuesioner
Kepada Yth, Para Responden
Di Jakarta.

Perkenalkan nama saya Wulan Jessica Putri Sitepu, mahasiswi Universitas Nasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “**DETERMINAN LOYALITAS PELANGGAN KOPI JANJI JIWA DI KOTA DEPOK**”.

Dengan ini saya memohon kepada bapak/ibu/saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai yang dirahasiakan. Kuesioner berhubungan dengan persepsi anda sebagai pelanggan kopi janji jiwa di Kota Depok. Saya akan menjaga data yang bapak/ibu/saudara/i berikan. Terima kasih atas bantuan Bapak/ibu/saudara/i berikan.

Semua informasi dan jawaban yang anda berikan tidak bernilai benar ataupun salah, namun jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda.
Walaikumsalam Wr. Wb.

Peneliti,

**Wulan Jessica Putri Sitepu
203402516186**



A. Identitas Responden

Isilah identitas diri saudara/saudari dengan keadaan yang sebenarnya, pilih salah satu dan berikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dibawah ini:

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Pria
 Wanita
3. Status Pernikahan : Belum Menikah
 Menikah
4. Apakah Anda peminum kopi?
 Ya
 Tidak
5. Anda membeli kopi melalui : Beli Langsung dengan To Go
 Beli Langsung dengan Dine In
 Melalui Aplikasi
6. Apa yang Anda Pertimbangkan dalam membeli kopi?
 Harga
 Taste / Rasa Kopi
 Jarak Lokasi
 Suasana Tempat Kopi
7. Kapan Biasanya Anda membeli kopi?
 Hari Libur
 Hari Kerja
 Tidak Menentu
 Setiap Hari
8. Sudah berapa lama Anda mengkonsumsi Kopi Janji Jiwa?
 < 1 tahun > 1 tahun > 3 tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah jawaban pada salah satu kolom alternative jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Berikut merupakan keterangan alternative jawaban :

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

1. Karakteristik Konsumen (X)

No	Indikator	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Usia	<ul style="list-style-type: none"> • < 21 tahun • 21 – 30 tahun • 31 - 40 tahun • 41 – 50 tahun • > 50 tahun 					
2.	Pendidikan dan pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> • SMP • SMA • Diploma • Sarjana • Pasca Sarjana 					
3.	Pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> • < Rp 500.000 • Rp 500.000 – Rp 1.000.000 • Rp 1.000.001 – Rp 2.500.000 • Rp 2.500.001 – Rp 5.000.000 • > Rp 5.000.000 					
4.	Kelas sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Pelajar / Mahasiswa • BUMN / Pegawai Negeri • Wiraswasta • Ibu Rumah Tangga / Tidak Bekerja • Pegawai Swasta / Tenaga Ahli / Lainnya 					

2. Keputusan Pembelian

No	Indikator	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kemantapan pada sebuah produk	Saya memilih kopi Janji Jiwa karena kopi Janji Jiwa memiliki varian yang saya sukai.					
2.	Kebiasaan dalam membeli produk	Saya akan memilih kopi "Janji Jiwa" jika saya akan membeli kopi					
3.	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya akan merekomendasikan kopi janji jiwa ke teman saya					

3. Kepuasan Pelanggan (Y2)

No	Indikator	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Keandalan (reliability)	Saya senang karna Kopi Janji Jiwa mampu konsisten dalam menyajikan taste kopi.					
2.	Daya Tanggap (responsiveness)	Saya senang karna karyawan Kopi Janji Jiwa sigap dalam menangani komplain pembeli.					
3.	Jaminan (Assurance)	Kopi Janji Jiwa memiliki barista yang kompeten.					
4.	Empati (empaty)	Saya senang karna karyawan Kopi Janji Jiwa merekomendasikan varians kopi yang enak.					

4. Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Switcher buyer	Saya senang membeli Kopi Janji Jiwa karena harganya murah dibanding kopi merek lain.					
2.	Habitual buyer	Saya membeli Kopi janji Jiwa lebih dari 3x dalam seminggu.					
3.	Liking the brand	Saya merasa Kopi Janji Jiwa sangat berbeda dibandingkan dengan merk kopi lainnya.					
4.	Committed buyer	Saya hanya akan mengkonsumsi Kopi Janji Jiwa.					



Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Kuesioner

No	Karakteristik Konsumen				Total X
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	2	4	4	4	14
2	4	4	3	4	15
3	5	4	3	4	16
4	5	4	5	5	19
5	4	4	4	4	16
6	3	3	4	4	14
7	4	4	3	4	15
8	3	3	3	3	12
9	4	3	3	3	13
10	4	4	4	4	16
11	4	4	3	4	15
12	4	3	3	3	13
13	3	3	3	3	12
14	5	5	5	5	20
15	4	4	3	3	14
16	4	5	3	4	16
17	3	4	3	3	13
18	2	3	3	3	11
19	5	5	5	5	20
20	4	4	5	4	17
21	3	3	3	3	12
22	3	4	3	4	14
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	3	3	3	3	12
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	3	3	3	3	12
29	4	3	3	3	13
30	3	3	3	3	12
31	3	3	3	3	12
32	4	4	4	4	16
33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	4	4	3	3	14
36	3	3	3	3	12
37	3	3	3	3	12
38	3	3	3	3	12
39	3	4	5	5	17
40	2	2	2	2	8
41	5	5	5	5	20
42	5	4	3	4	16
43	5	4	4	4	17
44	4	4	4	4	16
45	3	4	4	3	14
46	5	5	5	5	20
47	5	5	5	5	20
48	3	4	4	5	16
49	4	4	4	4	16
50	3	3	3	3	12
51	4	4	4	4	16

No	Karakteristik Konsumen				Total X
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
52	3	4	4	4	15
53	2	3	3	3	11
54	1	1	1	1	4
55	4	4	3	4	15
56	4	3	4	4	15
57	3	4	3	4	14
58	5	5	5	5	20
59	3	5	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	4	5	4	4	17
62	5	5	5	5	20
63	3	4	4	5	16
64	3	3	3	4	13
65	4	4	3	3	14
66	5	4	4	4	17
67	4	4	4	3	15
68	4	4	3	4	15
69	4	5	4	4	17
70	4	4	4	4	16
71	4	5	5	5	19
72	2	2	2	2	8
73	4	4	4	4	16
74	4	5	5	5	19
75	4	5	4	5	18
76	4	5	5	5	19
77	5	5	5	5	20
78	3	4	4	4	15
79	4	5	5	5	19
80	4	5	5	4	18
81	4	4	3	3	14
82	2	2	3	3	10
83	4	4	4	4	16
84	4	4	3	4	15
85	4	4	5	5	18
86	4	4	4	4	16
87	3	4	4	4	15
88	3	2	2	2	9
89	4	5	4	5	18
90	3	3	3	3	12
91	5	5	5	5	20
92	2	4	4	4	14
93	5	5	5	5	20
94	5	5	5	5	20
95	4	5	5	5	19
96	1	3	3	3	10
97	5	5	5	5	20
98	5	4	5	5	19
99	5	5	5	5	20
100	3	4	3	3	13

No	Keputusan Pembelian			Total Y1
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	
1	5	4	4	13

No	Keputusan Pembelian			Total Y1
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	
2	4	4	5	13
3	4	3	5	12
4	4	4	4	12
5	3	2	3	8
6	4	3	4	11
7	3	3	3	9
8	3	3	4	10
9	4	4	4	12
10	4	3	4	11
11	5	3	4	12
12	3	3	3	9
13	5	5	5	15
14	5	4	4	13
15	4	3	4	11
16	4	3	3	10
17	2	2	2	6
18	5	5	5	15
19	4	5	4	13
20	4	3	3	10
21	5	3	3	11
22	4	3	4	11
23	4	4	4	12
24	3	3	3	9
25	5	5	5	15
26	5	3	5	13
27	3	3	3	9
28	3	3	4	10
29	3	2	3	8
30	4	3	3	10
31	4	5	4	13
32	5	5	5	15
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	3	3	3	9
36	3	3	3	9
37	3	3	3	9
38	4	4	3	11
39	2	2	2	6
40	5	5	5	15
41	3	3	5	11
42	5	5	5	15
43	4	4	4	12
44	4	4	3	11
45	5	4	5	14
46	5	5	5	15
47	4	3	3	10
48	4	3	4	11
49	3	3	3	9
50	4	4	4	12
51	4	3	3	10
52	3	2	2	7
53	1	1	1	3
54	4	4	4	12

No	Keputusan Pembelian			Total Y1
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	
55	5	5	4	14
56	4	3	3	10
57	5	5	5	15
58	4	5	3	12
59	4	3	4	11
60	5	4	4	13
61	5	5	5	15
62	4	3	3	10
63	4	4	3	11
64	4	3	4	11
65	5	4	5	14
66	4	3	4	11
67	4	3	4	11
68	5	4	4	13
69	4	4	4	12
70	5	4	4	13
71	4	3	2	9
72	4	4	4	12
73	4	4	4	12
74	4	5	4	13
75	4	5	4	13
76	5	4	5	14
77	4	2	3	9
78	4	5	4	13
79	4	5	4	13
80	4	4	4	12
81	4	3	2	9
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	4	3	4	11
85	4	4	4	12
86	5	3	3	11
87	3	3	3	9
88	5	5	4	14
89	3	3	3	9
90	5	5	5	15
91	2	2	2	6
92	5	5	5	15
93	5	5	5	15
94	4	4	4	12
95	1	1	1	3
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	5	5	5	15
99	4	3	3	10
100	5	5	5	15

No	Kepuasan Pelanggan				Total Y2
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	
1	4	3	4	3	14
2	4	3	4	4	15
3	4	5	5	5	19
4	4	4	4	4	16

No	Kepuasan Pelanggan				Total Y2
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	
5	3	4	4	3	14
6	4	3	4	4	15
7	3	3	3	3	12
8	3	3	3	4	13
9	4	4	4	4	16
10	4	3	4	4	15
11	3	3	3	3	12
12	3	3	3	3	12
13	5	5	5	5	20
14	4	3	3	4	14
15	5	3	4	4	16
16	4	3	3	3	13
17	3	3	3	3	12
18	5	5	5	5	20
19	4	5	4	5	18
20	3	3	3	3	12
21	4	3	4	4	15
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	3	3	3	3	12
28	3	3	3	3	12
29	3	3	3	3	12
30	3	3	3	3	12
31	4	4	4	4	16
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16
34	4	3	3	3	13
35	3	3	3	3	12
36	3	3	3	3	12
37	3	3	3	3	12
38	4	5	5	5	19
39	2	2	2	2	8
40	5	5	5	5	20
41	4	3	4	4	15
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	4	4	3	4	15
45	5	5	5	5	20
46	5	5	5	5	20
47	4	4	5	4	17
48	4	4	4	4	16
49	3	3	3	3	12
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	3	15
52	3	3	3	3	12
53	1	1	1	1	4
54	4	3	4	4	15
55	3	4	4	3	14
56	4	3	4	3	14
57	5	5	5	5	20

No	Kepuasan Pelanggan				Total Y2
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	
58	5	4	4	4	17
59	4	4	4	3	15
60	5	4	4	4	17
61	5	5	5	5	20
62	4	4	5	3	16
63	3	3	4	4	14
64	4	3	3	4	14
65	4	4	4	4	16
66	4	4	3	5	16
67	4	3	4	4	15
68	5	4	4	5	18
69	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20
71	2	2	2	2	8
72	4	4	4	5	17
73	5	5	5	5	20
74	5	4	5	5	19
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	4	4	4	4	16
78	5	5	5	4	19
79	5	5	4	5	19
80	4	3	3	3	13
81	2	3	3	4	12
82	4	4	4	4	16
83	4	3	4	4	15
84	4	5	5	4	18
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	5	17
87	2	2	2	2	8
88	5	4	5	5	19
89	3	3	3	3	12
90	5	5	5	4	19
91	4	4	4	4	16
92	5	5	5	5	20
93	5	5	5	5	20
94	5	5	5	4	19
95	3	3	3	3	12
96	5	5	5	5	20
97	4	5	5	5	19
98	5	5	5	5	20
99	4	3	3	4	14
100	5	5	5	5	20

No	Loyalitas Pelanggan				Total Y3
	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	
1	5	4	3	2	14
2	4	3	4	3	14
3	3	2	3	1	9
4	4	4	4	4	16
5	3	3	3	3	12
6	4	3	3	3	13
7	3	3	3	3	12

No	Loyalitas Pelanggan				Total Y3
	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	
8	3	2	3	3	11
9	5	2	3	2	12
10	4	1	3	1	9
11	3	2	3	1	9
12	3	3	3	3	12
13	5	5	5	5	20
14	3	4	4	3	14
15	3	2	3	1	9
16	4	2	4	2	12
17	2	2	3	2	9
18	5	5	5	5	20
19	4	3	5	4	16
20	3	1	2	1	7
21	3	2	3	1	9
22	4	2	3	2	11
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	5	5	5	5	20
26	5	3	5	5	18
27	3	3	3	3	12
28	3	2	3	3	11
29	3	1	3	1	8
30	3	3	3	3	12
31	4	4	4	4	16
32	5	5	5	5	20
33	4	2	3	4	13
34	2	3	4	1	10
35	3	3	3	3	12
36	3	1	3	1	8
37	3	3	3	3	12
38	4	1	3	1	9
39	2	2	2	2	8
40	3	3	3	3	12
41	3	3	4	4	14
42	4	4	3	2	13
43	4	4	4	4	16
44	4	3	4	3	14
45	5	5	5	5	20
46	5	3	4	4	16
47	3	3	4	2	12
48	2	1	4	1	8
49	4	3	3	2	12
50	4	4	4	4	16
51	3	3	3	3	12
52	3	3	3	3	12
53	1	1	1	1	4
54	4	2	4	2	12
55	4	3	3	3	13
56	4	3	3	2	12
57	4	3	5	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	3	4	4	15
60	4	4	4	4	16

No	Loyalitas Pelanggan				Total Y3
	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	
61	4	3	5	4	16
62	4	4	5	4	17
63	4	5	3	4	16
64	4	4	3	5	16
65	4	3	5	5	17
66	4	3	3	3	13
67	4	3	5	3	15
68	2	5	4	2	13
69	4	4	4	4	16
70	4	4	5	3	16
71	2	2	2	2	8
72	3	2	3	3	11
73	4	4	5	5	18
74	4	4	5	4	17
75	4	4	5	5	18
76	4	5	4	5	18
77	2	2	3	2	9
78	4	4	5	5	18
79	4	5	5	5	19
80	4	3	3	4	14
81	3	1	4	1	9
82	4	4	3	3	14
83	3	4	4	4	15
84	4	2	3	3	12
85	3	3	4	3	13
86	3	1	5	1	10
87	3	2	3	2	10
88	4	5	5	4	18
89	3	3	3	3	12
90	4	4	4	5	17
91	4	3	3	3	13
92	4	4	5	5	18
93	4	4	5	5	18
94	4	4	5	4	17
95	3	3	3	3	12
96	5	4	5	5	19
97	5	4	5	5	19
98	5	5	5	5	20
99	3	1	3	1	8
100	5	5	5	5	20

Lampiran 3 : Hasil Output Penelitian (SmartPLS 4)

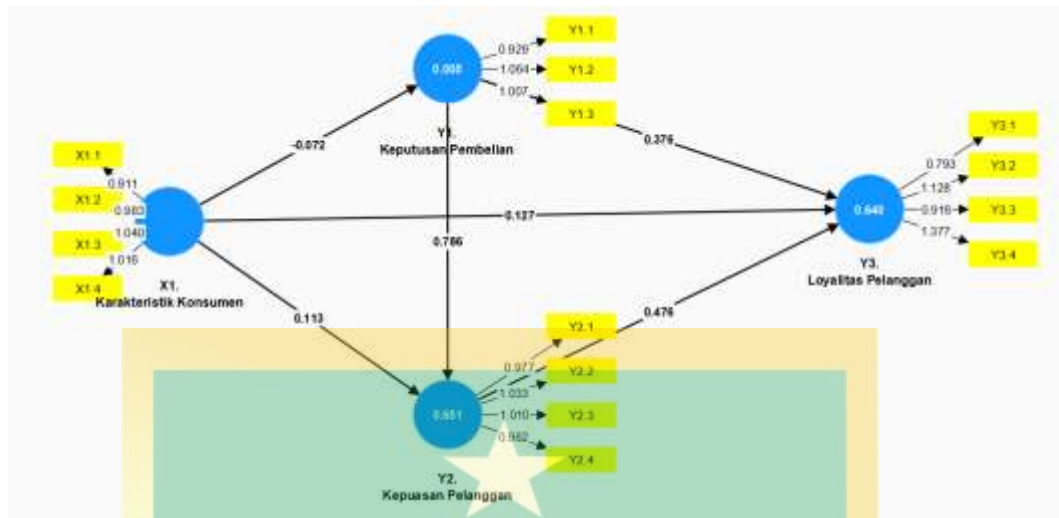
A. Analisis Deskriptif

Variabel	Indikator	Pernyataan	Mean	Median	Min	Max	Standar deviation
Karakteristik Konsemen (X)	Usia	< 21 tahun	3.750	4.000	1.000	5000	0.942
		21 – 30 tahun					
		31 - 40 tahun					
		41 – 50 tahun					
		> 50 tahun					
	Pendidikan dan pekerjaan	SMP	3.960	4000	1000	5000	0.859
		SMA					
		Diploma					
		Sarjana					
		Pasca Sarjana					
	Pendapatan	< Rp 500.000	3.810	4000	1000	5000	0.902
		Rp 500.000 – Rp 1.000.000					
		Rp 1.000.001 – Rp 2.500.000					
		Rp 2.500.001 – Rp 5.000.000					
		> Rp 5.000.000					
	Kelas sosial	Pelajar / Mahasiswa	3.930	4000	1000	5000	0.875
		BUMN / Pegawai Negri					
Wiraswasta							
Ibu Rumah Tangga / Tidak Bekerja							
Pegawai Swasta / Tenaga Ahli / Lainnya							
Keputusan Pembelian (Y1)	Kemantapan pada sebuah produk	Saya memilih kopi Janji Jiwa karena kopi Janji Jiwa memiliki varian yang saya sukai.	4.020	4000	1000	5000	0.872
	Kebiasaan dalam membeli produk	Saya akan memilih kopi "Janji Jiwa" jika saya akan membeli kopi	3.670	4000	1000	5000	0.991
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya akan merekomendasikan kopi janji jiwa ke teman saya	3.780	4000	1000	5000	0.934

Variabel	Indikator	Pernyataan	Mean	Median	Min	Max	Standar deviation
Kepuasan Pelanggan (Y2)	Keandalan (reliability)	Saya senang karna Kopi Janji Jiwa mampu konsisten dalam menyajikan taste kopi.	3.970	4000	1000	5000	0.866
	Daya Tanggap (responsiveness)	Saya senang karna karyawan Kopi Janji Jiwa sigap dalam menangani komplain pembeli.	3.820	4000	1000	5000	0.910
	Jaminan (Assurance)	Kopi Janji Jiwa memiliki barista yang kompeten.	3.940	4000	1000	5000	0.881
	Empati (empaty)	Saya senang karna karyawan Kopi Janji Jiwa merekomendasikan varians kopi yang enak.	3.940	4000	1000	5000	0.881

Variabel	Indikator	Pernyataan	Mean	Median	Min	Max	Standar deviation
Loyalitas Pelanggan (Y3)	Switcher buyer	Saya senang membeli Kopi Janji Jiwa karena harganya murah dibanding kopi merek lain.	3.640	4000	1000	5000	0.831
	Habitual buyer	Saya membeli Kopi janji Jiwa lebih dari 3x dalam seminggu.	3.120	3.000	1000	5000	1.143
	Liking the brand	Saya merasa Kopi Janji Jiwa sangat berbeda dibandingkan dengan merk kopi lainnya.	3.740	4000	1000	5000	0.923
	Committed buyer	Saya hanya akan mengkonsumsi Kopi Janji Jiwa.	3.170	3.000	1000	5000	1.320

B. Model persamaan PLS



C. Nilai Outer Loading dari keseluruhan Variabel

Variabel	Kode Indikator	Outer Loading value	Syarat	Keterangan
X1 Karakteristik Konsumen	X1.1	0.911	> 0,7	Valid
	X1.2	0.983	> 0,7	Valid
	X1.3	1.040	> 0,7	Valid
	X1.4	1.016	> 0,7	Valid
Y1 Keputusan Pembelian	Y1.1	0.929	> 0,7	Valid
	Y1.2	1.064	> 0,7	Valid
	Y1.3	1.007	> 0,7	Valid
Y2 Kepuasan Pelanggan	Y2.1	0.977	> 0,7	Valid
	Y2.2	1.033	> 0,7	Valid
	Y2.3	1.010	> 0,7	Valid
	Y2.4	0.982	> 0,7	Valid
Y3 Loyalitas Pelanggan	Y3.1	0.793	> 0,7	Valid
	Y3.2	1.128	> 0,7	Valid
	Y3.3	0.916	> 0,7	Valid
	Y3.4	1.377	> 0,7	Valid

D. Nilai Cross Loading dari Setiap Variabel dan Konstruk Model Penelitian

Indikator	X1 Karakteristik Konsumen	Y1 Keputusan Pembelian	Y2 Kepuasan Pelanggan	Y3 Loyalitas Pelanggan
X1.1	790	-30	73	39
X1.2	934	-51	59	129
X1.3	941	-88	40	141
X1.4	949	-66	44	93
Y1.1	-46	905	711	580
Y1.2	-60	912	721	742
Y1.3	-82	916	751	671

Indikator	X1 Karakteristik Konsumen	Y1 Keputusan Pembelian	Y2 Kepuasan Pelanggan	Y3 Loyalitas Pelanggan
Y2.1	73	782	933	747
Y2.2	95	723	939	726
Y2.3	35	739	947	725
Y2.4	3	743	921	661
Y3.1	7	666	663	817
Y3.2	102	564	547	844
Y3.3	145	681	768	849
Y3.4	157	557	586	893

E. Uji Fornell-Larcker Criterion

Indikator	X1 Karakteristik Konsumen	Y1 Keputusan Pembelian	Y2 Kepuasan Pelanggan	Y3 Loyalitas Pelanggan
X1 Karakteristik Konsumen	906			
Y1 Keputusan Pembelian	-69	911		
Y2 Kepuasan Pelanggan	56	799	935	
Y3 Loyalitas Pelanggan	121	733	765	851

F. Uji Average Variance Extraction

Variabel	AVE Value
X1 Karakteristik Konsumen	0,82
Y1 Keputusan Pembelian	0,83
Y2 Kepuasan Pelanggan	0,874
Y3 Loyalitas Pelanggan	0,724

G. Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability => Pake yg asli

Construct reliability and validity - Overview			
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	
X1._Karakteristik Konsumen	0.928	0.987	
Y1._Keputusan Pembelian	0.898	0.901	
Y2._Kepuasan Pelanggan	0.952	0.953	
Y3._Loyalitas Pelanggan	0.874	0.880	

H. Uji R²

	R Square	R Square Adjusted
Y3 Loyalitas Pelanggan	0.740	0.732
Y2 Kepuasan Pelanggan	0.674	0.667
Y1 Keputusan Pembelian	0.004	0.006

I. Uji Direct Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Karakteristik Konsumen - Keputusan Pembelian	-0.072	-0.063	0.126	0.571	0.284
Karakteristik Konsumen - Kepuasan Pelanggan	0.113	0.111	0.059	2.154	0.016
Karakteristik Konsumen - Loyalitas Pelanggan	0.127	0.120	0.075	1.692	0.045
Keputusan Pembelian - Kepuasan Pelanggan	0.376	0.390	0.122	3.095	0.001
Keputusan Pembelian - Loyalitas Pelanggan	0.476	0.469	0.121	3.946	0.000
Kepuasan Pelanggan - Loyalitas Pelanggan	0.786	0.789	0.076	10.276	0.000

J. Uji Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Karakteristik Konsumen - Keputusan Pembelian - Kepuasan Pelanggan - Loyalitas Pelanggan	-0.027	-0.024	0.049	0.552	0.290
Keputusan Pembelian - Kepuasan Pelanggan - Loyalitas Pelanggan	0.374	0.368	0.093	4.035	0.000
Karakteristik Konsumen - Keputusan Pembelian - Loyalitas Pelanggan	-0.027	-0.021	0.049	0.550	0.291
Karakteristik Konsumen - Kepuasan Pelanggan - Loyalitas Pelanggan	0.054	0.054	0.033	1.953	0.025
Keputusan Pembelian - Kepuasan Pelanggan - Loyalitas Pelanggan	0.374	0.368	0.093	4.035	0.000

Lampiran 4 : Tabel Uji 1

A. Tabel R

	R Square	R Square Adjusted
Y3 Loyalitas Pelanggan	0.740	0.732
Y2 Kepuasan Pelanggan	0.674	0.667
Y1 Keputusan Pembelian	0.004	0.006

B. Tabel t

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Karakteristik Konsumen - Keputusan Pembelian	-0,072	-0,063	0,126	0,573	0,283
Karakteristik Konsumen – Kepuasan Pelanggan	0,113	0,112	0,59	1,924	0,027
Karakteristik Konsumen – Loyalitas Pelanggan	0,127	0,121	0,76	1,676	0,047
Keputusan Pembelian - Kepuasan Pelanggan	0,786	0,789	0,77	10,256	0,000
Keputusan Pembelian - Loyalitas Pelanggan	0,376	0,390	0,122	3,083	0,001
Kepuasan Pelanggan - Loyalitas Pelanggan	0,476	0,469	0,121	3,929	0,000



ORIGINALITY REPORT

20%
SIMILARITY INDEX

24%
INTERNET SOURCES

10%
PUBLICATIONS

13%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.gramedia.com Internet Source	5%
2	repository.stei.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	2%
4	repository.unas.ac.id Internet Source	1%
5	repository.bsi.ac.id Internet Source	1%
6	sintama.stibsa.ac.id Internet Source	1%
7	repo.undiksha.ac.id Internet Source	1%
8	jurnalhamfara.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%

10	konsultaskripsi.com Internet Source	1 %
11	journal.uii.ac.id Internet Source	1 %
12	ojs.unida.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.uksw.edu Internet Source	1 %
14	repository.unhas.ac.id Internet Source	1 %
15	fin.co.id Internet Source	1 %
16	repositori.unsil.ac.id Internet Source	1 %
17	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1 %
18	ejournal.borobudur.ac.id Internet Source	1 %



Exclude quotes On
 Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

Final Full_TA_Wulan Jessica.docx

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25



PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30

PAGE 31

PAGE 32

PAGE 33

PAGE 34

PAGE 35

PAGE 36

PAGE 37

PAGE 38

PAGE 39

PAGE 40

PAGE 41

PAGE 42

PAGE 43

PAGE 44

PAGE 45

PAGE 46

PAGE 47

PAGE 48

PAGE 49

PAGE 50

PAGE 51



PAGE 52

PAGE 53

PAGE 54

PAGE 55

PAGE 56

PAGE 57

PAGE 58

PAGE 59

PAGE 60

PAGE 61

PAGE 62

PAGE 63

PAGE 64

PAGE 65

PAGE 66

PAGE 67

PAGE 68

PAGE 69

PAGE 70

PAGE 71

PAGE 72

PAGE 73

PAGE 74

PAGE 75

PAGE 76

PAGE 77



PAGE 78

PAGE 79

PAGE 80

PAGE 81

PAGE 82

PAGE 83

PAGE 84

PAGE 85

PAGE 86

PAGE 87

PAGE 88

PAGE 89

