

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN COFFEE SHOP TUKU
DI DEPOK**

TUGAS AKHIR

**FACHRISA AFIAH
213402516295**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**PENGARUH VARIASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN COFFEE SHOP TUKU DI
DEPOK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

FACHRISA AFIAH
213402516295



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH VARIASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN COFFEE SHOP TUKU DI DEPOK

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah di ajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 04 Februari 2025



Fachrisa Afiah

NPM: 213402516295



LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Tugas Akhir : PENGARUH VARIASI PRODUK, BRAND IMAGE
DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN COFFEE SHOP TUKU DI DEPOK**

Nama Mahasiswa : Fachrisa Afiah

Nomor Pokok : 213402516295

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,



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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH VARIASI PRODUK, BRAND IMAGE
DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN COFFEE SHOP TUKU DI DEPOK**

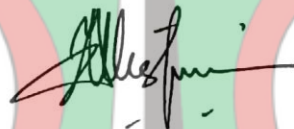
Nama mahasiswa : **Fachrisa Afiah**

Nomor Pokok : **213402516295**

Program Studi : **Manajemen**

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

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,**



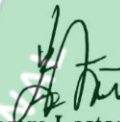
(Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si.)

Ketua Penguji,



(Prof. Dr. Umar Basalim, DES)

Anggota/Penguji,



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

**Mengetahui,
Dekan,**



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T.,S.E.,M.M.)

Jakarta, 04 Februari 2025

Tanggal Lulus: Jakarta, 28 Februari 2025

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN COFFEE SHOP TUKU DI DEPOK

Oleh:

Fachrisa Afiah

NPM: 213402516295

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si :

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Variasi Produk (X1), *Brand Image* (X2), dan Lokasi (X3) sebagai variabel independen terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Untuk mencapai tujuan tersebut, Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner kepada 100 responden Pelaku Coffee Shop Tuku di Depok. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear berganda menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) Versi 30.0

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Variasi Produk (X1), *Brand Image* (X2), dan Lokasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dengan demikian, Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong Pelanggan Coffee Shop Tuku untuk lebih memperhatikan Variasi Produk, *Brand Image* dan Lokasi sehingga dapat meningkatkan Loyalitas mereka

Kata Kunci: Variasi Produk, *Brand Image*, Lokasi, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIETY, BRAND IMAGE AND LOCATION ON CUSTOMER LOYALTY OF TUKU COFFEE SHOP IN DEPOK

By:

Fachrisa Afiah

NPM: 213402516295

Thesis, under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si:

This study aims to analyze the effect of Product Variety (X1), Brand Image (X2), and Location (X3) as independent variables on Customer Loyalty (Y) as the dependent variable. This research data uses primary data through a questionnaire to 100 respondents of Tuku Coffee Shop Actors in Depok. Data analysis techniques using inferential analysis with multiple linear regression and using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) Version 30.0 program.

The results of multiple linear regression analysis show that the variables of Product Variety (X1), Brand Image (X2), and Location (X3) have a positive and significant effect on Customer Loyalty (Y). The results of this study are expected to be able to make Tuku Coffee Shop customers able to pay attention to Product Variety, Brand Image and Location which can increase Customer Loyalty.

Keywords: *Product Variety, Brand Image, Location, and Customer Loyalty*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Fachrisa Afiah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Depok, 22 Juni 2003
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl Kemiri Jaya, RT 03,RW 01, Tanah Baru Depok
5. No Handphone : 085939258810
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : fachrisafiah2206@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2009-2015 : SDN Mampang 1 Depok
2. 2015-2018 : SMP Pelitadua Depok
3. 2018-2021 : SMK Citra Negara Depok
4. 2021-2025 : Universitas Nasional



Jakarta, 04 Februari 2025

Fachrisa Afiah
NPM. 213402516295

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan bersyukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Variasi Produk, *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop Tuku di Depok". Tugas akhir ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari berbagai hambatan teknis dan nonteknis yang dihadapi penulis. Namun, berkat dukungan, kerjasama, semangat, dan bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak, semua hambatan tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, dengan rendah hati, penuh rasa terima kasih, dan rasa hormat yang mendalam, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T.,S.E.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si, selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didik nya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar
7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Kepada Kedua Orang Tua yaitu Papa, Partono Setiawan dan Mama, Yuliana. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Mereka memang tidak

merasakan Pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu dan senang tiasa memberikan yang terbaik, pengorbanan untuk pencarian dana kuliah, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini sampai meraih gelar sarjana dan menjadikan saya sarjana pertama dikeluarga.

9. Kepada seseorang yaitu Muhammad Syakur Amarudin, seseorang yang pernah hidup bersama dan menjadi bagian dari perjalanan cinta penulis di tahun 2023-2024. Terima kasih untuk patah hati dan luka yang telah diberikan. Ternyata perginya anda dari kehidupan penulis memberikan cukup motivasi untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi lebih baik. Terima kasih untuk banyak hal yang menyakitkan dengan menjadi proses pendewasaan.
10. Kepada sahabat saya Lilis Nur Rizki Zakkiyyah, Terima kasih banyak atas ketersediaan anda untuk menemani penulis dengan keadaan suka dan duka, memberikan semangat dan motivasi dan sudah mendoakan penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada seluruh teman-teman KSPM dan teman-teman Divisi Humas yaitu, Riska Amelia, Partricya Nindi Nawawi, Muhamad Firli Ramadhan, Piya Syawala Dehan dan Sakinah Mutiah, Terima kasih banyak telah menghibur penulis suka dan duka dalam proses penyusunan skripsi, memberikan pengertian dan kesabaran, memberikan semangat, dan mendoakan penulis.
12. Kepada teman-teman kuliah saya Fasya Amanda, Karisma Nur Zakirah, Ramadan, Muhammad Arifin, Ubaidillah Mahdi, Arrizal Maretiansyah, Igo Gunawan, dan Fransiskus Xaverius. Terima kasih telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dan menghibur selama kuliah berlangsung.
13. Kepada teman-teman Manajemen Angkatan 2021 yang telah berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman, serta cerita selama masa perkuliahan yang memiliki kesan untuk penulis
14. Kepada teman-teman satu pembimbing saya terima kasih telah berbagi ilmu dan saling memberikan semangat sehingga bisa melewati kesulitan dalam pengerjaan skripsi ini.

15. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Dengan rendah hati, penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan karya ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Terima Kasih

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	7
B. Variasi Produk (X1).....	7
1. Pengertian Variasi Produk.....	7
2. Tujuan Variasi Produk.....	8
3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Variasi Produk.....	8
4. Indikator Variasi Produk.....	8
C. <i>Brand Image</i> (X2).....	9
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	9
2. Faktor – Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	9
3. Komponen <i>Brand Image</i>	10
4. Indikator <i>Brand Image</i>	11
D. Lokasi (X3).....	11
1. Pengertian Lokasi.....	11
2. Faktor- Faktor Penentuan Lokasi.....	12
3. Tipe Interaksi berdasarkan Lokasi.....	12
4. Indikator Lokasi.....	13
E. Loyalitas Pelanggan (Y).....	13
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	13
2. Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	13
3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	14
4. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	15
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	15
1. Keterkaitan Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	15
2. Keterkaitan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	16
3. Keterkaitan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	16
G. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	17
H. Kerangka Analisis.....	20
I. Hipotesis.....	21

BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
A. Objek Penelitian.....	22
B. Data Penelitian.....	22
1. Sumber Data dan Jenis Data	22
a. Sumber Data.....	22
b. Jenis Data	22
2. Populasi dan Sampel	22
a. Populasi.....	22
b. Sampel.....	22
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	23
C. Definisi Operasional Variabel.....	24
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	25
1. Metode Analisis Deskriptif	25
2. Metode Analisis Infrensial	26
3. Uji Instrumen	26
a. Uji Validitas	26
b. Uji Realibilitas	26
4. Uji Asumsi Klasik.....	26
a. Uji Normalitas.....	26
b. Uji Multikolinieritas.....	27
c. Uji Heteroskedastisitas.....	27
d. Uji Autokorelasi	27
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
6. Pengujian Kelayakan Model	28
a. Uji F	28
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	29
7. Uji Hipotesis (t).....	29
BAB IV	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
A Hasil Penelitian	30
1. Deskripsi Data Penelitian.....	30
2. Sejarah Singkat Perusahaan	30
3. Deskripsi Responden	33
4. Analisis Deskriptif	38
1. Hasil Lengkap Penelitian.....	41
B. Pembahasan.....	50
1. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	50
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	50
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
BAB V.....	1
KESIMPULAN DAN SARAN	1
A. Kesimpulan	1
B. Saran	1
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebagai Rujukan	16
Tabel 3.2 Bobot Operasional	25
Tabel 3.3 Definisi Operasional	26
Tabel 4.4 Produk dan Harga Best Seller Kopi Tuku	30
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	35
Tabel 4.9 Total Mean dan Average Total Mean Variasi Produk (X1)	36
Tabel 4.10 Total Mean dan Average Total Mean <i>Brand Image</i> (X2)	37
Tabel 4.11 Total Mean dan Average Total Mean Lokasi (X3)	38
Tabel 4.12 Total Mean dan Average Total Mean Loyalitas Pelanggan (Y)	38
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.15 Output Uji Normalitas	41
Tabel 4.16 Output Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.17 Output Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.18 Output Uji Autokorelasi	43
Tabel 4.19 Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.20 Output Uji Kelayakan Model (Uji F)	45
Tabel 4.21 Output Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	45
Tabel 4.22 Output Hipotesis (Uji t)	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kedai Kopi Masyarakat Indonesia	2
Gambar 2.2 Kerangka Analisis	20
Gambar 4.3 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Gambar 4.4 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Gambar 4.5 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Gambar 4.6 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	35



