

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
BELI KOPI SURABAYA TIMUR
(STUDI PADA PELANGGAN BELIKOPI SURABAYA TIMUR)**



Oleh :

EVA YULIANI
NBI : 1212000344

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
BELI KOPI SURABAYA TIMUR
(STUDI PADA PELANGGAN BELIKOPI SURABAYA TIMUR)**



Di Ajukan oleh :

Eva Yuliani

1212000344

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
BELI KOPI SURABAYA TIMUR
(STUDI PADA PELANGGAN BELIKOPI SURABAYA TIMUR)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis**

Di Ajukan oleh :

Eva Yuliani

1212000344

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Eva Yuliani
NIM : 1212000344
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek,
Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas
Konsumen Beli Kopi Surabaya Timur

Surabaya, 02 Januari 2024

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing



Dr. A. Halik, MM

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 11 Januari 2024.

TIM PENGUJI:

1. Dr. A. Halik, MM

-Ketua

2. Dr.Ir. Hotman Panjaitan, MT.MM

-Anggota

3. Drg. Pramita S,MM

-Anggota

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Eva Yuliani
2. NBI : 1212000344
3. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 352317520102002
6. Alamat Rumah (KTP) : Dsn. Dolok, Rt.14, Rw. 04, Ds. Klotok,
Kec. Plumpang, Kab.Tuban

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Beli Kopi Surabaya Timur (Studi Pada Pelanggan Beli Kopi Surabaya Timur)”. Adalah benar- benar hasil karya saya sendiri. Dalam penyusunan skripsi ini, saya mengeskakan bahwa: Saya tidak menyalin atau menggunakan karya orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi tanpa memberikan referensi yang sesuai, Setiap informasi, data, atau ide yang diambil dari sumber lain telah saya identifikasi dengan benar dalam teks dan daftar pustaka.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sejujurnya, jika dikemudian ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa sangkut paut dengan Dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 11 Januari 2024



Eva Yuliani



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eva Yuliani
NBI : 1212000344
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : ~~Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Beli Kopi Surabaya Timur (Studi Pada Pelanggan Beli kopi Surabaya Timur)"

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945

Pada tanggal :



Eva Yuliani

*Coret tidak perlu

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BELI KOPI SURABAYA TIMUR” dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa optimasi penelitian ini memiliki berbagai hambatan dan kekurangan. Peneliti berharap adanya koreksi dan saran yang konstruktif dari semua pihak agar lebih sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terkait dan para peneliti selanjutnya yang akan melakukan pengembangan lebih lanjut.

Penyelesaian disertasi pada Program Studi Sarjana-1 Ilmu Manajemen ini, tidak terlepas dari peran seluruh pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Dr. A. Halik, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan. Penulis sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA, CPA. atas fasilitas dan kesempatan yang diberikan selama mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana-1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.SI., Ak., CA. atas fasilitas dan kesempatan yang diberikan selama mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana-1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Prastiana, M, Si. Selaku Ketua Program Sarjana-1 Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas semua fasilitas dan arahan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Para dosen pengajar Program Sarjana-1 Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membagi pengetahuan akademik dan dukungan selama peneliti menempuh studi.

6. Seluruh Staff dan karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi
7. Ayahanda tercinta Mujian dan Ibunda tercinta Sriyatun yang mendukung, mendorong, memotivasi, dan memanjatkan doa dengan tulus dan ikhlas untuk keberhasilan menyelesaikan pendidikan pada Program Sarjana-1 Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
8. Untuk kakak saya Vendi Yulianto & Elyana Kartika sari terimakasih telah memberikan support system dalam proses berjalanya skripsi.
9. Untuk orang tersayang Ahmad Roihan Azis sebagai sumber inspirasi, motivasi bagi saya, dan memberikan bantuan dalam proses berjalanya skripsi ini sampai selesai.
10. Kepada sahabat seperjuangan saya di akhir semester ini, Alissa, Maya, Naja, Firda yang telah memberikan dukungan, motivasi, saran, bantuan, dan menemani saya dalam menyelesaikan skripsi dan teman-temanku khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa saya sebut satu per satu, terima kasih telah mengukir warna dalam kehidupanku.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan tulus memberikan berbagai bantuan baik moril maupun materiil serta doa, untuk keberhasilan dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Sarjana-1 Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Skripsi ini didedikasikan kepada masyarakat dan bangsa Indonesia. Diharapkan dengan selesainya skripsi ini semua manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dan berguna untuk negara Republik Indonesia.

Surabaya, 2 Januari 2024



Eva Yuliani

RINGKASAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BELI KOPI
SURABAYA TIMUR

(Studi Pada Pelanggan Beli Kopi Surabaya Timur)

Dijaman yang modern ini setiap orang mempunyai gaya hidup sendiri dalam menikmati kopi. Salah satunya dengan memilih kedai kopi yang nyaman, banyak varian menu, dan pelayanan yang baik untuk menikmati kopi itu sendiri. Di Surabaya bisnis kopi semakin berkembang pesat dengan munculnya berbagai kedai kopi salah satu contohnya yaitu Belikopi. Beli Kopi adalah perusahaan F&B tepatnya gerai kopi take away yang menyediakan minuman baik minuman kopi atau non kopi beserta beberapa jenis makanan ringan berupa ropang (roti panggang), Belikopi saat ini sangat ramai dikunjungi oleh anak muda untuk sekedar ngopi bersama teman atau mengerjakan tugas karena dengan tempat yang nyaman dan estetis membuat anak muda lebih tertarik mengunjungi belikopi.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Beli kopi Surabaya Timur. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* yang artinya pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui GoogleForm, dan Teknik Analisa yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda yang sebelumnya telah memenuhi uji syarat atau uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis menggunakan uji simultan (uji F), uji persial (uji T), dan uji koefisien determinan(R²).

Hasil uji simultan menyatakan bahwa nilai F hitung yang didapatkan sebesar 222,177, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji T (parsial) menyatakan ada pengaruh antara variabel kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen dengan output berupa sig. oleh karena sig value $0,000 > sig\ tolerance\ 0,05$ dan ada pengaruh persial antara kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen berdasarkan data statistic sig. sig value $0,000 > sig\ tolerance\ 0,05$ serta hasil pengaruh persial kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen terdapat pengaruh dengan nilai sig value $0,000 > sig\ tolerance\ 0,05$.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layana, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

konsumen Belikopi Surabaya Timur. Saran yang dapat diuraikan untuk Belikopi agar lebih meningkatkan kualitas layanan dengan baik agar meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mengakibatkan kelayakan konsumen terhadap Belikopi.

SUMMARY
THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND TRUST, AND
SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY AT BELI KOPI EAST
SURABAYA.

(A Study on Beli Kopi Customers in East Surabaya)

In this modern era, everyone has their own lifestyle in enjoying coffee. One of them is by choosing a comfortable coffee shop, lots of menu variants, and good service to enjoy the coffee itself. In Surabaya the coffee business is growing rapidly with the emergence of various coffee shops, one of which is Belikopi. Beli Kopi is an F&B company, specifically a take away coffee outlet that provides drinks, both coffee and non-coffee drinks along with several types of snacks in the form of ropang (toasted bread), Belikopi is currently very busy with young people visiting to just have coffee with friends or do assignments because of the A comfortable and aesthetic place makes young people more interested in visiting Belikopi.

The population in this research is East Surabaya Belikopi consumers. The sampling technique uses non-probability sampling, namely purposive sampling, which means sampling is based on predetermined criteria. Data collection uses a questionnaire distributed via GoogleForm, and the analysis technique used is multiple linear regression analysis which has previously met the requirements or classical assumption tests using the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test. Hypothesis testing uses a simultaneous test (F test), partial test (T test), and determinant coefficient test (R²).

The results of the simultaneous test state that the calculated F value obtained is 222.177, with a significance level of $0.000 < 0.05$ so it can be stated that service quality, brand trust and customer satisfaction together have a significant effect on consumer loyalty. The results of the T test (partial) state that there is an influence between the service quality variable on consumer loyalty and the output in the form of sig. by Karen sig value $0.000 < \text{sig tolerance } 0.05$ and there is a partial influence between brand trust and consumer loyalty based on sig statistical data. sig value $0.000 < \text{sig tolerance } 0.05$ and the results of the partial influence of customer satisfaction on consumer loyalty have an influence with a sig value of $0.000 < \text{sig tolerance } 0.05$.

The conclusion of this research is that there is a significant influence between service quality, brand trust, and customer satisfaction on consumer loyalty in Belikopi East Surabaya. Suggestions can be outlined for Belikopi to further improve service

quality in order to increase customer satisfaction thereby resulting in consumer loyalty to Belikopi.

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BELI
KOPI SURABAYA TIMUR

(Studi Pada Pelanggan Beli Kopi Surabaya)

Dijaman yang modern ini setiap orang mempunyai gaya hidup sendiri dalam menikmati kopi. Salah satunya dengan memilih kedai kopi yang nyaman, banyak varian menu, dan pelayanan yang baik. Di surabaya bisnis kopi semakin berkembang pesat dengan munculnya berbagai kedai kopi salah satu contohnya yaitu Belikopi menyediakan berbagai minuman dan makanan ringan, beli kopi tidak hanya menyediakan kopi saja tapi ada berbagai banyak varian minuman dan makanan. Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan serta untuk mengetahui, menganalisis dan menjawab pengaruh *kualitas layanan, kepercayaan merek, kepuasan pelanggan* terhadap loyalitas konsumen Belikopi surabaya timur. Penelitian ini mengambil responden dari surabaya timur dengan jumlah responden 102, dalam pelaksanaan dilapangan penelitian ini mengambil data primer yaitu menggunakan kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas data. Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena koefisien korelasi > 0.195 dengan tingkat signifikan < 0.05) dan reliabel (karena nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0.6)

Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa secara persial *kualitas layanan, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan* berpengaruh signifikan terhadap *loyalitas konsumen* Belikopi Surabaya Timur. Dan secara simultan *kualitas layanan, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan* berpengaruh signifikan terhadap *loyalitas konsumen* Belikopi Surabaya Timur.

Kata kunci: *Kualitas layanan, kepercayaan merek, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen*

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND TRUST, AND
SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY AT BELI KOPI EAST
SURABAYA.

(A Study on Beli Kopi Customers in East Surabaya)

In this modern era, everyone has their own lifestyle in enjoying coffee. One of them is by choosing a coffee shop that is comfortable, has many menu variants and good service. In Surabaya, the coffee business is growing rapidly with the emergence of various coffee shops, one example of which is Belikopi which provides various drinks and snacks. Buy coffee not only provides coffee but there are many different variants of drinks and food. The research objectives to be achieved are in accordance with the problem formulation that has been explained and to find out, analyze and answer the influence of service quality, brand trust, customer satisfaction on consumer loyalty in Belikopi, East Surabaya. This research took respondents from East Surabaya with a total of 102 respondents. In field implementation this research took primary data, namely using a questionnaire.

The analysis technique used is multiple linear regression analysis. Meanwhile, the classical assumption tests used include the multicollinearity test, heteroscedasticity test and data normality test. Overall, the indicators used in this research are valid (because the correlation coefficient is > 0.195 with a significance level < 0.05) and reliable (because the Cronbach's Alpha coefficient value is > 0.6)

The results of hypothesis testing conclude that partially service quality, brand trust and customer satisfaction have a significant effect on consumer loyalty in Belikopi East Surabaya. And simultaneously service quality, brand trust and customer satisfaction have a significant effect on consumer loyalty in Belikopi East Surabaya.

Keywords: *Service quality, brand trust, customer satisfaction, consumer loyalty*

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN	ix
<i>SUMMARY</i>	xi
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.1.3 Kualitas Pelayanan	10

2.1.4 Kepercayaan Merek.....	12
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.6 Loyalitas Konsumen.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Hubungan antar variabel	17
2.3.1 Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen	17
2.3.2 Hubungan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	17
2.3.3 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen	18
2.4 Kerangka Konseptual	18
2.5 Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	21
3.3.1 Jenis Data	21
3.3.2 Sumber Data.....	22
3.4 Populasi dan Sampel	22
3.4.1 Populasi.....	22
3.4.2 Sampel.....	22
3.4.3 Teknik Sampling	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Pengukuran.....	24
3.5.1 Teknik pengumpulan	24
3.5.2 Teknik Pengukuran.....	24
3.6 Definisi Variabel dan Operasional	24
3.6.1 Definisi variabel	24
3.6.2 Devinisi Operasional Variabel.....	25
3.7 Proses Pengolahan Data	26
3.8 Metode Analisis Data dan Analisi Data.....	26

3.8.1 Uji instrumenet Penelitian	26
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	27
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis.....	28
3.9.1 Analisi Regresi Linier Berganda.....	28
3.9.2 Uji Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umun Objek Penelitian	31
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	31
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	32
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	33
4.3 Uji Instrumen	38
4.3.1 Uji Validitas	38
4.3.2 Uji Realibilitas.....	40
4.4 Analisis Data	41
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	41
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.5 Pengujian Hipotesis.....	44
4.5.1 Uji Korelasi Persial	44
4.5.2 Uji Signifikasi Simultan (F).....	45
4.5.3 Uji Signifikasi Parsial (Uji T).....	46
4.5.4 Analisis Koefisien Determinasi (R Square)	48
4.6 Pembahasan Hasil Temuan.....	48
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	48
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	49
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen	50
4.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan Secara Simultan Terhadap Loyalitas konsumen	50
4.7 Implikasi Penelitian.....	51
4.7.1 Kualitas Pelayanan	51

4.7.2 Kepercayaan Merek.....	51
4.7.3 Kepuasan Pelanggan.....	51
BAB V PENUTUP.....	53
5.1. Simpulan	53
5.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik produksi kopi di Indonesia (2012-2022).....	2
Gambar 1. 2 Grafik konsumsi kopi di Indonesia (2010-2021).....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	18

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	32
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi	33
Tabel 4. 3 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	34
Tabel 4. 4 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Kepercayaan Merek (X2)	35
Tabel 4. 5 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan (X3).....	36
Tabel 4. 6 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	37
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikoloniritas.....	42
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Berganda	43
Tabel 4. 13 Hasil Uji Korelasi Persial	45
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	47
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner Penelitian	59
Lampiran. 2 Tabulasi Dan Jawaban Responden	65
Lampiran. 3 Hasil Uji Spss	69
Lampiran. 4 Kartu Bimbingan Skripsi	86
Lampiran. 5 Hasil Uji Plagiasi	87