

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT CAFÉ, GAYA
HIDUP, DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA
PAPER CUP COFFEE
SURABAYA**



OLEH:
VICTORIA GABRIELLA WIJAYA
3103018214

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2022

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT CAFÉ, GAYA HIDUP,
DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PAPERCUP COFFEE SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :
VICTORIA GABRIELLA WIJAYA
3103018214

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2022

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH ATRIBUT CAFÉ, GAYA HIDUP, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PAPER CUP COFFEE SURABAYA

Oleh :
VICTORIA GABRIELLA WIJAYA
3103018214

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.
NIDN: 0704046001
Tanggal: 7 Juni 2022

Pembimbing II,

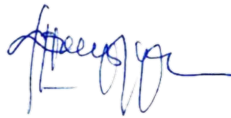


Yuliasti Ika Handayani, SE., MM.
NIDN: 0717079004
Tanggal: 7 Juni 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Victoria Gabriella Wijaya NRP : 3103018214
Telah diuji pada tanggal 15 Juni 2022 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji





Lena Ellitan, Ph.D.
NIDN. 0720057101

Dekan,

Ketua Jurusan,




P. Ludovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.
NIDN. 0713097203


Yulika Rosita Agrippina, SM, MIB.
NIDN. 0701079401

Digitally signed by Yulika Rosita Agrippina, SM., MIB
DN: C=ID, OU=Faculty of Business, O=Widya Mandala Catholic University, CN=Yulika Rosita Agrippina, SM., MIB, E=hod-manage@ukwms.ac.id.
this document
Location: Surabaya
Date: 2022-06-28 09:35:56

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA IMLIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Victoria Gabriella Wijaya

NRP : 3103018214

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Atribut Café, Gaya Hidup, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Papercup Coffee Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir atau skripsi ini adalah hasil karya tulis saya sendiri. Apabila terbukti *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya juga menyetujui bila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 9 Mei 2022

Yang menyatakan



Victoria Gabriella Wijaya

KATA PENGANTAR

Tiada kata lain selain mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Atribut Café, Gaya Hidup, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Papercup Coffee Surabaya” dengan lancar dan tepat waktu. Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar S-1 pada Program Studi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, ada berbagai pihak yang telah banyak membantu, mendukung, serta membimbing dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M, Ak., C.A., CPA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Yulika Rosita Agrippina, SE., MIB. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec.Yulius Koesworo, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan saran sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu
4. Ibu Yuliasti Ika Handayani, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan saran sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu
5. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya khususnya dosen rumpun pemasaran yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Kepada Papa, Mama yang telah mendukung secara material dan non-material selama proses perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Kepada Saudara Kandung Ko Alessandro dan Ko Steven, saya sangat berterima kasih karena selalu menginspirasi, memberi dukungan, dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi.

8. Kepada seluruh keluarga besar dan saudara yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
9. Kepada Vincent Tanaka sebagai sahabat dekat penulis yang selalu memberi dukungan, motivasi, mendengarkan keluh kesah penulis, dan menemani penulis dalam proses mengerjakan skripsi.
10. Kepada seluruh sahabat – sahabat di kampus (GrUp dan Bopung) maupun diluar kampus (Maen yok, Aturen wes, Sistor, Konco Edn, Wuhuu, Ce Venna, Finna, Novelina, Jose, Sheilla, Lulu) dan masih banyak lagi yang selama ini memberi dukungan, membantu serta mendengarkan keluh kesah dalam masa studi dan penulisan skripsi penulis.
11. Kepada teman – teman seperjuangan skripsi yaitu Wanda, Feronica, dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan yang telah mendukung dan membantu dalam mengerjakan skripsi.
12. Kepada idola saya BTS yang telah memberikan hiburan selama proses pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penelitian tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulisan selanjutnya. Akhir kata, penulis memohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat menambah wawasan dan wacana bagi berbagai pihak.

Surabaya, 8 April 2022

Penulis,



Victoria Gabriella Wijaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Atribut Café.....	8
2.1.2 Gaya Hidup	9
2.1.3 Promosi	11
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Hubungan antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis	15
2.3.1 Pengaruh Atribut Café terhadap Loyalitas Pelanggan	16
2.3.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan.....	17
2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	18
2.4 Rerangka Konseptual	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	20
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	20
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	23
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	24
3.5.1 Populasi	24
3.5.2 Sampel.....	24

3.5.3 Teknik Penyampelan.....	25
3.6 Analisis Data	25
3.6.1 Uji Normalitas	25
3.6.2 Uji Validitas	26
3.6.3 Uji Reliabilitas	26
3.6.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	26
3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	27
3.6.6 Uji Hipotesis.....	27
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.1.1 Karakteristik Responden	28
4.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4.1.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	29
4.1.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
4.1.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	30
4.1.1.5 Responden Berdasarkan seberapa sering responden menggunakan produk Papercup dalam 1 bulan terakhir	31
4.1.1.6 Responden Berdasarkan Aktif menggunakan Instagram	31
4.1.1.7 Responden Berdasarkan Jalur Pembelian	32
4.1.1.8 Responden Berdasarkan merek Coffee yang dikunjungi selain Papercup Coffee	32
4.2 Deskripsi Data.....	33
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	33
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Atribut Café.....	34
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup	35
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Promosi	36
4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	37
4.3 Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1 Uji Normalitas	38
4.3.2 Uji Validitas	39
4.3.3 Uji Reliabilitas	40
4.3.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	40
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
4.3.6 Uji Hipotesis.....	42
4.4 Pembahasan.....	43
4.4.1 Pengaruh Atribut Café terhadap Loyalitas Pelanggan	43
4.4.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
4.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	45
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1 Simpulan	47
5.2 Keterbatasan.....	47
5.3 Saran.....	48
5.3.1 Saran Akademis	48
5.3.2 Saran Praktis.....	48

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan	31
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan seberapa sering responden menggunakan produk Papercup dalam 1 bulan terakhir	32
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Aktif menggunakan Instagram	33
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Jalur Pembelian	33
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan merek coffee yang dikunjungi selain Papercup Coffee	34
Tabel 4.9 Interval Rata-Rata Setiap Variabel	34
Tabel 4.10 Mean dan Standart Deviation Variabel Atribut Café	35
Tabel 4.11 Mean dan Standart Deviation Variabel Gaya Hidup	37
Tabel 4.12 Mean dan Standart Deviation Variabel Promosi	38
Tabel 4.13 Mean dan Standart Deviation Variabel Loyalitas Pelanggan	39
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	41
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	43
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Grafik Konsumsi Kopi Indonesia	3
Gambar 2.2 Rerangka Konseptual	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner Variabel Atribut Café
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner Variabel Gaya Hidup
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner Variabel Promosi
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 4 Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data
- Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 5 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 5 Uji Hipotesis (Uji t)

ABSTRAK

Papercup Coffee merupakan sebuah café yang terletak di tiga cabang Surabaya. Pada generasi sekarang ini banyak kalangan millennial hingga kalangan usia tua yang memiliki hobi nongkrong atau berkumpul di sebuah café, salah satunya pada café yang terletak di tengah kota dan memiliki lokasi strategis yang membuat bisnis Papercup Coffee ini semakin meningkat. Hal tersebut menyebabkan berbisnis kopi saat ini semakin berkembang pesat dan peluang bisnis kopi sangat besar dan tidak membutuhkan modal yang besar untuk berbisnis minuman kopi. Papercup Coffee juga memanfaatkan atribut café, dan promosi yang dilakukan oleh pemilik bisnis untuk mengembangkan Papercup Coffee menjadi Kedai yang ramai pengunjung dan juga menjadikan Papercup Coffee menjadi brand yang dapat diterima oleh konsumen dengan baik.

Penelitian ini menguji Pengaruh Atribut Café, Gaya Hidup, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan yang dilakukan oleh Papercup Coffee Surabaya. Pada penelitian ini penulis menggunakan SPSS sebagai teknik analisis data. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden yang merupakan pelanggan Papercup Coffee Surabaya, sampel tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Papercup. Teknik pengambilan sampel tersebut adalah *nonprobability sampling*.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Atribut Café berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Pada Papercup Coffee Surabaya. Penelitian ini bertujuan agar Papercup Coffee Surabaya dapat merespon keinginan masyarakat terhadap atribut café, loyalitas pelanggan dan promosi yang dilakukan oleh Papercup Coffee Surabaya untuk beradaptasi dengan gaya hidup sosial saat ini.

Kata Kunci: Atribut Café, Gaya Hidup, Promosi, Loyalitas Pelanggan

THE ANALYSIS OF THE EFFECTS OF CAFE ATTRIBUTES, LIFESTYLE, AND PROMOTION THROUGH CUSTOMER LOYALTY AT PAPERCUP COFFEE SURABAYA

ABSTRACT

Papercup Coffee is a café that has three branches located in Surabaya. In this current generation, there are many millennials to the elderly who have a hobby of hanging out or gathering at a cafe. Located in the middle of the city and having a strategic location, makes the Papercup Coffee business increase. This causes the coffee business to grow rapidly and the coffee business opportunity is very large and does not require large capital to do coffee drinks business. Papercup Coffee also takes advantage of the cafe's attributes, and promotions carried out by business owners to develop Papercup Coffee into a a bustling shop with loyal visitors and customers, as well as to establish Papercup Coffee as a well-known brand.

This study examines the Effect of Café Attributes, Lifestyle, and Promotion on Customer Loyalty conducted by Papercup Coffee Surabaya. In this study, the researcher used SPSS as a data analysis technique. The sample used in this study were 150 respondents who were customers of Papercup Coffee Surabaya, and the sample was obtained from distributing questionnaires to Papercup Coffee customers. The sampling technique is non-probability sampling.

The results of this study prove that Café Attributes have a significant effect on Customer Loyalty, Lifestyle has a significant effect on Customer Loyalty, Promotion has a significant effect on Customer Loyalty, at Papercup Coffee Surabaya. This study aims to make Papercup Coffee Surabaya able to respond to people's desires for cafe attributes, customer loyalty and promotions carried out by Papercup Coffee Surabaya to adapt to today's social lifestyle.

Keywords: *Café Attributes, Lifestyle, Promotions, Customer Loyalty*