PENGARUH *ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE*, *GREEN LOYALTY PROGRAM*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FORE COFFEE DI CILEDUG BERBASIS BISNIS BERKELANJUTAN

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

INTAN RANIA MIRZA

43122010265

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE*, *GREEN LOYALTY PROGRAM*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FORE COFFEE DI CILEDUG BERBASIS BISNIS BERKELANJUTAN

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

INTAN RANIA MIRZA

43122010265

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Intan Rania Mirza

NIM : 43122010265

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku, Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenernya.

Jakarta, 8 July 2026



Intan Rania Mirza

NIM : 43122010265

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: INTAN RANIA MIRZA
NIM	: 43122010265
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE, GREEN LOYALTY PROGRAM, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FORE COFFEE DI CILEDUG
Hasil Pengecekan Turnitin	: 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 19 October 2026
Kepala Biro Perpustakaan

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Oktober/19/0000001755/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Intan Rania Mirza
NIM	:	43122010265
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH ONLINE CUSTOMER EXPERIENCE, GREEN LOYALTY PROGRAM, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FORE COFFEE DI CILEDUG BERBASIS BISNIS BERKELANJUTAN

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 14 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0318037704

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266677

Scan QR or click here to Verification

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh *Online customer experience*, *Green loyalty program*, dan *Brand trust* terhadap Kepuasan konsumen Fore Coffee di Ciledug Berbasis Bisnis Berkelanjutan."**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Penelaah yang telah memberikan bimbingan, masukan, waktu, dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membekali peneliti dengan ilmu serta motivasi selama masa studi.
6. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Kusuma Mirza dan Ibu Silfia Rini Susanti yang selalu memberikan dukungan moril dan material yang tiada henti serta menjadi sumber semangat dan doa dalam setiap langkah.
7. Teman-teman seperjuangan Sifa, Aini, Diandra, dan Sesil yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kika, Caca, Jemima, dan Karin yang selalu menemani, menghibur, dan membantu mengurangi stress selama proses penyelesaian skripsi ini.

lib.mercubuana.ac.id

9. Rekan-rekan kerja saya dari Toko Mas Singgalang Tangcity Group yang selalu memotivasi, memberikan saran dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan mendukung kelancaran penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti membuka diri terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 8 Juli 2026



Intan Rania Mirza

NIM : 43122010265

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Intan Rania Mirza
NIM	: 43122010265
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis/Manajemen S1
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Online Customer Experience, Green Loyalty Program, dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Fore Coffee di Ciledug Berbasis Bisnis Berkelanjutan

Demi pengembangkan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).
Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 7 Oktober 2026



Intan Rania Mirza

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Nama	: Intan Rania Mirza
NIM	43122010265
Program Studi	: Manajemen S1
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Online Customer Experience, Green Loyalty Program, dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Fore Coffee di Ciledug Berbasis Bisnis Berkelanjutan
Pembimbing	: Dr. Eri Marlapa, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Online customer experience*, *Green loyalty program*, dan *Brand trust* terhadap kepuasan konsumen Fore Coffee di Ciledug. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Online customer experience* dan *Green loyalty program* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap merek menjadi faktor yang lebih berpengaruh dalam membentuk kepuasan konsumen Fore Coffee di Ciledug. Secara praktis, Fore Coffee perlu mempertahankan dan memperkuat kepercayaan konsumen melalui konsistensi kualitas produk dan pelayanan.

Kata Kunci: *Online customer experience*, *Green loyalty program*, *Brand trust*, kepuasan konsumen.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Name : *Intan Rania Mirza*
Student ID *43122010265*
Study Program : *Manajemen S1*

Thesis Title : *The effects of Online Customer Experience, Green Loyalty Program, and Brand Trust on Customer Satisfaction at Fore Coffee in Ciledug*

Supervisor : *Dr. Eri Marlapa, SE, MM*

This study aims to analyze the effects of *Online customer experience*, *Green loyalty program*, *and Brand trust on customer satisfaction at Fore Coffee in Ciledug. This study employed a quantitative approach using the* Partial Least Squares Structural Equation Modeling *(PLS-SEM) method. Data were collected through questionnaires from 120 respondents selected using purposive sampling. The results showed that* Online customer experience *and* Green loyalty program *had a positive but insignificant effect on customer satisfaction, while* Brand trust *had a positive and significant effect on customer satisfaction. These findings indicate that brand trust is a more influential factor in shaping customer satisfaction at Fore Coffee in Ciledug. Practically, Fore Coffee should maintain and strengthen customer trust through consistent product quality and service.*

Keywords: *Online customer experience*, *Green loyalty program*, *Brand trust*, customer satisfaction.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah 13
C. Tujuan Penelitian 13
D. Manfaat Penelitian 14
1. Manfaat Teoritis 14
2. Manfaat Praktis 14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS **15**
A. Kajian Pustaka 15
B. Landasan Teori 15
C. Sustainable Development Goals (SDG's) 16
1. Manajemen Pemasaran 18
2. Perilaku Konsumen 19
3. *Online customer experience* 23
4. *Green loyalty* program 24
6. Kepuasan konsumen 29
7. Penelitian Terdahulu 33

UNIVERSITAS MERCU BUANA
lib.mercubuana.ac.id

C. Pengembangan Hipotesis 39
1. Pengaruh *Online customer experience* terhadap Kepuasan konsumen 39
2. Pengaruh *Green loyalty program* terhadap Kepuasan konsumen..... 41
3. Pengaruh *Brand trust* terhadap Kepuasan konsumen 43
D. Kerangka Konseptual 45
E. Hipotesis Penelitian 46
BAB III METODE PENELITIAN 47
A. Waktu dan Tempat Penelitian 47
B. Desain Penelitian 47
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel 48
D. Skala Pengukuran Variabel 49
E. Populasi dan Sampel Penelitian 50
1. Populasi Penelitian 50
2. Sampel Penelitian 51
F. Teknik Pengumpulan Data 52
G. Metode Analisis Data 53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 60
A. Analisis deskriptif 60
1. Gambaran Umum Lokasi atau Objek Penelitian 60
B. Statistik Deskriptif 61
1. Deskripsi Responden 61
2. Deskripsi Variabel 70
3. Metode Analisis Data: *Structural Equation Modeling* (SEM-PLS) 77
C. Pembahasan Hasil Penelitian 92
1. Pengaruh *Online customer experience* terhadap Kepuasan konsumen 92
2. Pengaruh *Green loyalty program* terhadap Kepuasan konsumen..... 93
3. Pengaruh *Brand trust* terhadap Kepuasan konsumen 94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 96
A. Kesimpulan 96

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

B. Saran 97
1. Bagi Fore Coffee 97
2. Bagi Peneliti Selanjutnya 98
DAFTAR PUSTAKA 99
LAMPIRAN 107

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra-Survei 9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 33
Tabel 3.1 Operasional Variabel 49
Tabel 3.2 Skala likert 50
Tabel 3.3 Syarat Uji Validitas *1* 56
Tabel 3.4 Syarat Uji Reliabilitas 1 56
Tabel 3.5 Syarat Uji R-square 1 57
Tabel 3.6 Syarat Uji Q-square 1 57
Tabel 3.7 Syarat Uji F-square 1 58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 67
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi 69
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Kuesioner Variabel *Online customer experience* 70
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Kuesioner Variabel *Green loyalty program* 72
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Kuesioner Variabel *Brand trust* 74
Tabel 4.10 Uji Deskriptif Kuesioner Variabel Kepuasan konsumen 76
Tabel 4.11 Hasil Pengujian *Convergent Validity* 78
Tabel 4.12 Hasil Pengujian *Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)* 80
Tabel 4.13 Hasil Uji Discriminant Validity (*cross loading*) 81
Tabel 4.14 Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE) 82
Tabel 4.15 Hasil Uji *Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)* 82
Tabel 4.16 Hasil Pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* 84
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai *R-Square* 85
Tabel 4.18 Hasil Uji Nilai *F-Square* 86
Tabel 4.19 Hasil Uji Nilai *Q-Square* 88

lib.mercubuana.ac.id

Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis 90

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jaringan Coffee Chain di Indonesia 4
Gambar 1.2 Perbandingan Biaya Pengiriman Rata-Rata pada GrabFood 5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Peneliti 46
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS 79
Gambar 4.2 Hasil Uji *Bootstrapping* 91

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 107
Lampiran 2. Karakteristik Responden 108
Lampiran 3. Petunjuk Kuesioner Penelitian 109
Lampiran 4. Persepsi Konsumen Terhadap Pengalaman dan Layanan Fore Coffee 110
Lampiran 5. Hasil Kuesioner 114
Lampiran 6. Hasil Pengolahan Data 132

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id