



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN
PELANGGAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI THE BENSARA CAFÉ
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI**



**UNIVERSITAS
DARIS RAHADIAN PURNAWAN
55122110091**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN
PELANGGAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI THE BENSARA CAFÉ
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**DARIS RAHADIAN PURNAWAN
55122110091**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, customer relationship, and product quality on revisit intention at The Bènsara Cafe, with customer satisfaction as a mediating variable. Coffee has become an important part of many people's daily lives, with Indonesia being one of the largest coffee producers in the world. The increase in coffee consumption has driven rapid growth in coffee shops, including in South Jakarta. The research method used is quantitative with a total of 170 respondents from the DKI Jakarta area, who have purchased at least once at The Bènsara Cafe. Data analysis was conducted using Smart PLS 3. The results show that service quality has a positive and significant effect on revisit intention. Customer relationship does not have a significant effect on revisit intention. Product quality has a positive and significant effect on revisit intention. Customer satisfaction also has a positive and significant effect on revisit intention. However, service quality, customer relationship, and product quality do not have a significant effect on revisit intention through customer satisfaction as a mediating variable. The theoretical contribution of this research is to provide insights into the influence of service quality, customer relationship, and product quality on revisit intention with customer satisfaction as a mediating variable. Practically, this study provides strategic recommendations for the owners of The Bènsara Cafe to improve service and product quality to enhance customer revisit intention.

Keyword: Service Quality, Customer Relationship, Product Quality, Revisit Intention, Customer Satisfaction, The Bènsara Cafe.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, hubungan pelanggan, dan kualitas produk terhadap minat berkunjung kembali di The Bènsara Cafe, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Kopi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari banyak orang, dengan Indonesia sebagai salah satu penghasil kopi terbesar di dunia. Peningkatan konsumsi kopi telah mendorong pertumbuhan pesat kedai kopi, termasuk di Jakarta Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 170 orang, yang berasal dari wilayah DKI Jakarta dan pernah membeli minimal satu kali di The Bènsara Cafe. Analisis data menggunakan Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Hubungan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Namun, kualitas layanan, hubungan pelanggan, dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Kontribusi teoritis dari penelitian ini adalah menambah wawasan tentang pengaruh kualitas layanan, hubungan pelanggan, dan kualitas produk terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi strategi bagi pemilik The Bènsara Cafe untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk guna meningkatkan minat berkunjung kembali pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Hubungan Pelanggan, Kualitas Produk, Minat Berkunjung Kembali, Kepuasan Pelanggan, The Bènsara Cafe.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
HUBUNGAN PELANGGAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
KEMBALI DI THE BENSARA CAFÉ MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Daris Rahadian Purnawan


NIM : 55122110091

Program : Magister Management

Tanggal :

Mengesahkan

Pembimbing

 14-08-2024

(Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM)

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua
Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M. Si, Ak)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
HUBUNGAN PELANGGAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
KEMBALI DI THE BENSARA CAFÉ MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Daris Rahadian Purnawan

NIM : 55122110091

Program : Magister Management

Tanggal : 19 Agustus 2024

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

akarta, 19 Agustus 2024



aris Rahadian Purnawan

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Daris Rahadian Purnawan
NIM : 55122110091
Program Studi : Magister Management

Dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN PELANGGAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI THE BENSARA CAFÉ MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI” ,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 16/Agustus/2024, didapatkan nilai persentase sebesar 25%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Agustus 2024

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Dengan memohon rahmat dan petunjuk dari Allah SWT, penulis mengucapkan puji dan syukur karena telah berhasil menyelesaikan tesis dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HUBUNGAN PELANGGAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI THE BENSARA CAFÉ MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI"** Penulisan tesis ini menjadi persyaratan untuk meraih gelar Magister Manajemen di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis mengungkapkan rasa terima kasih kepada Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing Tesis. Kesuksesan penyusunan Tesis ini tidak terlepas dari waktu, bimbingan, semangat pengetahuan, dan nasehat yang berharga yang diberikan beliau. Selain itu, penyusunan Tesis ini juga mengandalkan bimbingan, bantuan, dan dukungan signifikan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan selama proses pendidikan dan penelitian, yang telah memainkan peran penting dalam menyelesaikan Tesis ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Teristimewa kepada Bapak Alm. Deded Purnawan Ratma, SE dan Inar Juniarti Machbub, SH, selaku kedua orang tua saya dan Helma Fitriawati, S.Tr. DS selaku istri saya dan Rumaysa Aufa Purnawan selaku anak tercinta dan kesayangan saya sebagai pendukung moral dan kerabat yang memberikan semangat serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis mengakui sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak terhindar dari kesalahan dan kekurangan yang mungkin muncul akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis berharap agar saran dan kritik yang konstruktif serta masukan dari berbagai pihak dapat diberikan. Dengan tulus dan kerendahan hati, penulis meminta maaf jika terdapat kesalahan dan kelemahan dalam penulisan Tesis ini. Sebagai penutup, diharapkan Tesis ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan tambahan, terutama bagi penulis dan pembaca secara umum.

Jakarta, 19 Agustus 2024



Daris Rahadian Purnawan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRACT	I
ABSTRAK	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
LEMBAR PERNYATAAN	IV
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi masalah	11
1.3 Rumusan masalah.....	12
1.4 Tujuan penelitian.....	12
1.5 Kontribusi penelitian.....	13
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Kualitas Layanan.....	16
2.1.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	17
2.1.2.2 Prinsip Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.3 Hubungan Pelanggan	19
2.1.3.1 Dimensi Hubungan Pelanggan.....	20
2.1.3.2 Implikasi Hubungan Pelanggan	22

2.1.4 Kualitas Produk.....	23
2.1.4.1 Tingkatan Kualitas Produk.....	24
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk	25
2.1.4.3 Manfaat Kualitas Produk.....	27
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	27
2.1.5.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	28
2.1.5.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	29
2.1.6 Minat Berkunjung Kembali.....	30
2.1.6.1 Dimensi Minat Berkunjung Kembali.....	32
2.1.6.2 Indikator Minat Berkunjung Kembali.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Pengembangan Hipotesis	57
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali	57
2.3.2 Pengaruh Hubungan Pelanggan Terhadap Minat Berkunjung Kembali	57
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung Kembali	58
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Berkunjung Kembali	59
2.3.5 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.....	59
2.3.6 Pengaruh Hubungan Pelanggan Terhadap Minat Berkunjung Kembali yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.....	60
2.3.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Berkunjung Kembali yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.....	60
2.4 Kerangka Pemikiran.....	61
BAB III.....	62
METODE PENELITIAN	62
3.1 Jenis Penelitian.....	62

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variable.....	62
3.2.1 Definisi Variable	62
3.2.2 Definisi Operasional.....	63
3.3 Populasi dan Sampel	68
3.3.1 Populasi Penelitian.....	68
3.3.2 Sampel.....	68
3.4 Jenis Dan Sumber Data	69
3.5 Metode Pengumpulan Data	70
3.6 Metode Analisis Data	70
3.6.1 Analisis Deskriptif	71
3.6.2 Analisis Statistik Data	71
BAB IV	74
HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	74
4.2 Statistik Deskriptif	75
4.2.1 Tempat tinggal	75
4.2.2 Usia	76
4.2.3 Jenis Kelamin	77
4.2.4 Pendidikan.....	77
4.2.5 Pekerjaan	78
4.2.6 Pendapatan	79
4.3 Deskripsi Variabel.....	80
4.3.1 Kualitas Layanan.....	81
4.3.2 Hubungan Pelanggan	82
4.3.3 Kualitas Produk	83
4.3.4 Kepuasan Pelanggan	83
4.3.5 Minat Berkunjung Kembali.....	84
4.4 Pengujian <i>Outer Model</i>	85

4.4.1 <i>Convergent Validity</i>	86
4.4.2 <i>Discriminant Validity</i>	88
4.5 Pengujian <i>Inner Model</i>	90
4.5.1 Nilai <i>R-square</i>	90
4.5.2 Nilai <i>f-square</i>	91
4.5.3 Nilai <i>Predictive Relevance</i>	92
4.5.4 Nilai <i>T-Statistic</i>	93
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	99
4.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Kembali.....	99
4.6.2 Pengaruh Hubungan Pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	100
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung Kembali.....	101
4.6.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali	101
4.6.5 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan	102
4.6.6 Pengaruh Hubungan Pelanggan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan	103
4.6.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pelanggan	104
BAB V	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran.....	108
5.2.1 Teoritis	108
5.2.2 Praktis:.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Penghasilan Kedai Kopi Jakarta Selatan.....	5
Table 1.2 Hasil Pra-survei Variabel.....	7
Table 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Table 3.1 Operasional Variabel.....	63
Table 3.2 Skala Likert.....	70
Tabel 4.1 Domisili.....	75
Tabel 4.2 Usia	76
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.4 Pendidikan.....	78
Tabel 4.5 Pekerjaan.....	78
Tabel 4.6 Pendapatan	79
Tabel 4.7 Kualitas Layanan.....	81
Tabel 4.8 Hubungan Pelanggan	82
Tabel 4.9 Kualitas Produk.....	83
Tabel 4.10 Kepuasan Pelanggan	83
Tabel 4.11 Minat Berkunjung Kembali	84
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	86
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	87
Tabel 4.14 Hasil Pengujian AVE	88
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Fornell Lacker Criterion</i>	88
Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i>	89
Tabel 4.17 Hasil Pengujian <i>R-square</i>	90
Tabel 4.18 Hasil Pengujian <i>f-square</i>	91
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Nilai Q2	92
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung Nilai <i>T-Statistic</i>	94
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung Nilai <i>T-Statistic</i>	97
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung Nilai <i>T-Statistic</i>	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produksi Kopi Global.....	1
Gambar 1.2 Produksi Kopi Nasional	2
Gambar 1.3 Konsumsi Kopi Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUISIONER RESPONDEN G-FORM.....	123
LAMPIRAN 2: HASIL ANALISIS SEM-PLS	138
LAMPIRAN 3: HASIL JAWABAN RESPONDEN.....	140
LAMPIRAN 4: DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	142
LAMPIRAN 5: Transkrip Wawancara	143
LAMPIRAN 6: Dokumentasi Wawancara dengan The Bensara Cafe	146

