



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUASAN KONSUMEN DAN NIAT BELI KEMBALI  
KONSUMEN *COFFEE SHOP* DI KABUPATEN BOGOR**

**TESIS**

**Yosi Krisyanti**

**55121120002**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUASAN KONSUMEN DAN NIAT BELI KEMBALI  
KONSUMEN *COFFEE SHOP* DI KABUPATEN BOGOR**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Manajemen

**Yosi Krisyanti  
55121120002**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

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

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama Mahasiswa : Yosi Krisyanti  
NIM : 55121120002  
Judul Tugas Akhir : Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Kembali Konsumen Coffee Shop di Kabupaten Bogor.

Dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti/Noneklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan di lingkungan Universitas Mercu Buana, saya memberikan izin kepada Peneliti di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana untuk menggunakan dan mengembangkan hasil riset yang ada dalam tugas akhir untuk kepentingan riset dan publikasi selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 12 Desember 2024

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Yosi Krisyanti



## LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Kembali Konsumen *Coffee Shop* Di Kabupaten Bogor

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Yosi Krisyanti

NIM : 55121120002

Program : Magister Manajemen

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.

Jakarta, 19 Agustus 2024



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Yosi Krisyanti  
NIM : 55121120002  
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

*"Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Kembali Konsumen Coffee Shop di Kabupaten Bogor"*,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 29/07/2024 didapatkan nilai persentase sebesar 29 %.

Jakarta, 29 Juli 2020  
Administrator Turnitin

  
Arie Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Kembali Konsumen *Coffee Shop* Di Kabupaten Bogor.

Bentuk Tesis : Penelitian

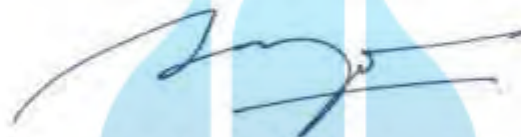
Nama : Yosi Krisyanti

NIM : 55121120002

Program : Magister Manajemen

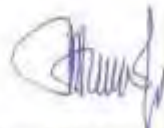
Tanggal : 19 Agustus 2024

Mengesahkan Pembimbing



(Dr. H. Sonny Indrajaya, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis    Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis berikan kepada Tuhan Yang Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul —Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Kembali Konsumen *Coffee Shop* Di Kabupaten Bogor. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Sonny Indrajaya, selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan 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 Chrsitina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dosen – dosen Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Staf Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
6. Keluarga tercinta yang terus mendukung dan medoakan juga terus memberikan semangat dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
7. Keluarga tercinta yang telah dengan sabar memberikan kasih sayang, semangat dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini.

Jakarta, 19 Agustus 2024

Yosi Krisyanti  
Penulis

## **ABSTRACT**

*The aim to be achieved in this research is to determine the factors that influence coffee consumers at Coffee Shops in Bogor Regency. This research is quantitative research. The population of this research is coffee buyers in Bogor Regency that is uncertain. This research used a sample of 225 coffee buyers in Bogor Regency for analysis. The questionnaire presents statements that respondents must choose from strongly agree to strongly disagree on a scale of 1-5 points. Hypothesis testing uses Structural Equation Model with Warp PLS. Hypothesis test results show that product quality, service quality, price and servicescape have a positive and significant effect on consumer satisfaction; Product quality, service quality, price and servicescape have a positive and significant influence on repurchase intention and consumer satisfaction has a positive and significant influence on repurchase intention.*

*Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, Servicescape, Satisfaction, Repurchase Intention*





## ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen kopi di coffee shop di kabupaten Bogor. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pembeli kopi di *coffee shop* di kabupaten Bogor yang jumlahnya tidak menentu. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 225 pembeli kopi di kabupaten Bogor untuk dianalisis. Kuesioner menyajikan pernyataan yang harus dipilih oleh responden dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju dengan skala 1-5 poin. Pengujian hipotesis menggunakan Structural Equation Model dengan Warp PLS. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kembali dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli kembali..

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, *Servicescape*, Kepuasan Konsumen, Niat Beli Kembali Konsumen



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUAN PUBLIKASI TESIS</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	23
1.3. Tujuan Penelitian	23
1.4. Kontribusi Penelitian	24
1.4.1. Kontribusi Praktis	24
1.4.2. Kontribusi Teoritis	25
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>26</b>
2.1. Kajian Teori	26
2.1.1. Manajemen Pemasaran	26
2.1.2 Perilaku Konsumen	27
2.1.3 Kualitas Produk	27
2.1.4 Kualitas Pelayanan	30
2.1.5 Harga	34
2.1.6 <i>Servicescape</i>	36
2.1.7 Kepuasan Konsumen	39
2.1.8 Niat Beli Kembali	42
2.2. Penelitian Terdahulu	46
2.3. Pengembangan Hipotesis	53
2.4. Kerangka Konseptual	64
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>65</b>
3.1. Desain Penelitian	62
3.2. Definisi Operasionalisasi Variabel	66
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	71
3.4. Metode Pengumpulan Data	71
3.5. Metode Analisis Data	72

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>79</b>
4.1 Gambaran Umum <i>Coffee Shope</i> di Kabupaten Bogor	79
4.2 Hasil Statistik Deskriptif	80
4.3 Analisis Warp PLS-SEM	92
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	106
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>126</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survei	16
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i>	20
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	68
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert	72
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	80
Tabel 4.2 Usia Responden	81
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	81
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	82
Tabel 4.5 Rata-rata Pengeluaran Per Bulan Responden	83
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk	84
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	86
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Harga	87
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel <i>Servicescape</i>	88
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	90
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Niat Beli Kembali	91
Tabel 4.12 Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Kualitas Produk	93
Tabel 4.13 Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Kualitas Pelayan	93
Tabel 4.14 Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Harga	94
Tabel 4.15 Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel <i>Servicescape</i>	94
Tabel 4.16 Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Kepuasan	95
Tabel 4.17 Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Niat Beli Kembali	95
Tabel 4.18 Uji Nilai AVE	97
Tabel 4.19 Uji Validitas	97
Tabel 4.20 Uji Fornell Larcker	98
Tabel 4.21 Uji HTMT	99

Tabel 4.22 Hasil <i>Composite Reliability</i>	100
Tabel 4.23 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	100
Tabel 4.24 Hasil <i>R Square</i>	101
Tabel 4.25 Hasil <i>Cross-Validated Redundancy</i>	102
Tabel 4.26 Hasil Pengujian Hipotesis	103



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Indonesia Produsen Kopi ke 3 di Dunia 4	2
Gambar 1.2 Produksi Kopi Indonesia 2017 – 2022	3
Gambar 1.3 Volume Konsumsi Kopi Berdasarkan Wilayah	4
Gambar 1.4 Konsumsi Kopi di Indonesia	6
Gambar 1.5 Faktor-Faktor Alasan Utama Memilih Coffe Shop	13
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	64
Gambar 4.1 Model Penelitian	111

