



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred /S/X/2019*

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas**  
**Pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Nabila Rachmania

2015320135

Bandung

2020



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred /S/X/2019*

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas**  
**Pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung**

Skripsi

Oleh

Nabila Rachmania

2015320135

Pembimbing

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., MM

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Nabila Rachmania  
Nomor Pokok : 2015320135  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan  
di Stream Coffee 2.0 Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 24 Juli 2020  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. :

**Sekretaris**

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., MM. :

**Anggota**

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. :

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nabila Rachmania  
NPM : 2015320135  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas  
Pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 13 Juli 2020



Nabila Rachmania

## ABSTRAK

Nama : Nabila Rachmania  
NPM : 2015320135  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung

---

Di Indonesia pertumbuhan *coffee shop* diprediksi mencapai 15% - 20% pada tahun 2019, hal ini ditunjukkan pada pertumbuhan sejak tahun 2018 yang mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya konsumsi masyarakat Indonesia terhadap kopi, dapat dilihat pada situs Zomato bahwa di Bandung sendiri terdapat 591 *coffee shop*. Salah satu *coffee shop* di Bandung adalah Stream Coffee 2.0 Bandung.

Berdasarkan judul penelitian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung dan mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian asosiatif dan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memperoleh data, dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh penulis dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada 100 responden. Penulis juga melakukan observasi guna menambah keakuratan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Stream Coffee 2.0 Bandung, dengan memiliki tingkat hubungan yang sedang dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,560 dan nilai koefisien determinasi sebesar 31,36%. Berdasarkan kesimpulan tabel peringkat tanggapan responden, terdapat 3 pernyataan kualitas pelayanan dengan peringkat tertinggi yang harus dipertahankan dan 3 pernyataan dengan peringkat terendah yang perlu diperbaiki agar Stream Coffee 2.0 Bandung dapat berkembang lebih baik sehingga berdampak terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*Name : Nabila Rachmania*  
*NPM : 2015320135*  
*Title : The Effect of Service Quality On Customer Loyalty at Stream Coffee 2.0 Bandung.*

---

*In Indonesia the growth of coffee shop predicted to reach 15%-20% in 2019, it was shown on growth since the year 2018 that has increased. With the increasing consumption of Indonesian society on coffee, it can be seen on Zomato's website that in Bandung itself is 591 coffee shop. One of the coffee shop in Bandung is Stream Coffee 2.0 Bandung.*

*Based on the research title, the purpose of this research is to measure the influence of service quality on customer loyalty in the Bandung Coffee 2.0 Stream and evaluate the quality of service impact on customer loyalty in the Stream Coffee 2.0 Bandung.*

*The type of research that authors use is associative research and the research method used is a method of surveying. The techniques done in this study were conducted by obtaining data, studied and drawn in conclusion by the authors by spreading questionnaires and interviews to 100 respondents. The authors also perform observations to enhance the accuracy of research.*

*The results of this study showed that service quality affects customer loyalty at Stream Coffee 2.0 Bandung, by having a moderate level of relationship with the value of the correlation coefficient of 0,560 and the value of the coefficient of determination of 31,36%. Based on the conclusion table of the ranking of respondents, there are 3 quality statement service with the highest ranking should be retained and 3 of the statement with the lowest rank that need to be fixed so that Stream Coffee 2.0 Bandung can be better developed so that the impact on customer loyalty.*

*Keywords : Service Quality, Customer Loyalty*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung”, yang merupakan syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih karena dalam menempuh perkuliahan, melakukan penelitian, dan menyusun skripsi ini tidak lepas dari bimbingan serta motivasi banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan perlindungan dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua penulis, Billy Ibrahim dan Gina Indriatna yang selalu memberi dukungan dan doa kepada penulis dalam segala keadaan. Sehat selalu untuk ayah dan ibu.
3. Kakak – kakak penulis, Regie Fauzan Ismail, Sandy Ibrahim, Citra Permata Sari, dan Rinestya Medina yang selalu memberi dukungan serta motivasi kepada penulis.
4. Keponakan – keponakan penulis, Khalila, Kahfi, Anza, dan Aleta yang selalu menghibur penulis setiap hari dan ketika sedang menyusun skripsi.
5. Seluruh saudara yang telah mendukung dan memberi dia kepada penulis.

6. Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M., selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan arahan, masukan, dan motivasi untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi.
7. Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
8. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
9. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar di Universitas Katolik Parahyangan.
10. Bapak Hendra Anugrah Putra selaku owner dari Stream Coffee Express dan Stream Coffee 2.0 Bandung serta seluruh barista yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan memberikan kesempatan untuk meneliti Stream Coffee 2.0. Terima kasih atas segala dukungan dan kerjasama yang diberikan.
11. Wildan, Ivanda, Alyaa, dan Silka selaku sahabat terdekat yang selalu ada 24/7 diluar dan didalam lingkungan kampus serta selalu direpotkan oleh penulis untuk menemani hingga memberi arahan untuk menyelesaikan perkuliahan hingga skripsi.
12. Asri dan Billa selaku sahabat yang selalu menghibur penulis dengan mengajak mabar PUBG dan berjalan-jalan saat penulis merasa jenuh dan lelah.



13. Intan, Fathur, Alvian, Aliya, Fadhil, Bimo Widyatama, dan Irsyad Fauzi selaku sahabat penulis yang selalu membantu serta memberi arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
14. Evira, Rainta, Racita, Icha, Faiza, Rivka, Wita, dan Azza selaku sahabat penulis yang selalu menemani dan memberi dukungan kepada penulis, baik diluar dan dalam lingkungan kampus.
15. Seluruh teman – teman Visnis yang selalu membuat keadaan menjadi berwarna dan selalu mendukung selama menjalani perkuliahan.
16. Seluruh teman – teman Ilmu Administrasi Bisnis dan Fisip UNPAR yang memberikan kenangan dalam menjalani perkuliahan .
17. Seluruh teman – teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah mendukung, membantu, mendoakan penulis.

Semoga Allah SWT membalas serta melimpahkan karunia atas segala kebaikan yang diberikan kepada semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi yang membacanya.

Bandung, Juli 2020

Nabila Rachmania

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Pemasaran.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2 Kualitas .....</b>	<b>8</b>
<b>2.3 Pelayanan .....</b>	<b>9</b>

2.3.1 Karakteristik Pelayanan .....	10
<b>2.4 Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>13</b>
2.4.1 Manfaat Kualitas Pelayanan.....	13
2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	15
2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	17
<b>2.5 Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>18</b>
2.5.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	19
2.5.2 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	20
2.5.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	21
<b>2.6 Hasil Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>23</b>
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2 Metode Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>3.3 Model Penelitian.....</b>	<b>26</b>
<b>3.4 Sumber Data Penelitian.....</b>	<b>27</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>27</b>
3.5.1 Wawancara Terstruktur.....	27
3.5.2 Kuesioner .....	28
3.5.3 Observasi.....	28
<b>3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>29</b>
3.6.1 Populasi .....	29

3.6.2 Sampel.....	29
3.6.3 Teknik Sampling .....	30
<b>3.7 Variabel Penelitian.....</b>	<b>31</b>
<b>3.8 Operasional Variabel.....</b>	<b>32</b>
<b>3.9 Skala Pengukuran .....</b>	<b>35</b>
<b>3.10 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>36</b>
3.10.1 Uji Validitas .....	36
3.10.2 Uji Reliabilitas .....	37
3.10.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.10.4 Uji Regresi Linier Sederhana.....	39
3.10.5 Uji Koefisien Korelasi.....	39
3.10.6 Uji Koefisien Determinasi.....	41
3.10.7 Uji Hipotesis.....	41
<b>BAB 4 OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 Sejarah Perusahaan .....</b>	<b>43</b>
<b>4.2 Profil Perusahaan.....</b>	<b>44</b>
<b>4.3 Struktur Organisasi .....</b>	<b>44</b>
<b>4.4 Uraian Tugas .....</b>	<b>45</b>
<b>4.5 Visi dan Misi .....</b>	<b>46</b>
<b>4.6 Gambar .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>

<b>5.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>49</b>
5.1.1 Profil Responden.....	49
5.1.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	52
5.1.2.1 Uji Validitas .....	52
5.1.2.2 Uji Reliabilitas .....	54
5.1.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	55
5.1.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Reliabilitas .....	57
5.1.3.2 Garis Kontinum Dimensi Reliabilitas .....	60
5.1.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Responsibilitas .....	62
5.1.3.4 Garis Kontinum Dimensi Responsibilitas.....	65
5.1.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Jaminan .....	67
5.1.3.6 Garis Kontinum Dimensi Jaminan .....	70
5.1.3.7 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Empati .....	72
5.1.3.8 Garis Kontinum Dimensi Empati.....	76
5.1.3.9 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Bukti Fisik.....	78
5.1.3.10 Garis Kontinum Dimensi Bukti Fisik .....	81
5.1.3.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan .....	83
5.1.3.12 Peringkat Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan .....	84
5.1.3.13 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan .....	88
5.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan.....	89

5.1.4.1 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Loyalitas Pelanggan .....	90
5.1.4.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan .....	96
5.1.4.3 PeringkatTanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan.....	97
5.1.4.4 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pelanggan.....	98
5.1.5 Uji Asumsi Klasik .....	100
5.1.5.1 Uji Normalitas .....	100
5.1.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	101
5.1.6 Regresi Linier Sederhana : Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	102
5.1.6.1 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	102
5.1.6.2 Analisis Korelasi Pearson Product Moment .....	103
5.1.6.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	105
5.1.6.4 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	106
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
<b>6.1 Kesimpulan .....</b>	<b>106</b>
6.1.1 Perhitungan Statistik .....	106
<b>6.2 Saran.....</b>	<b>107</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>114</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Dasar Kualitas Pelayanan .....	15
Gambar 3.1 Model Penelitian .....	26
Gambar 4.1 Tampak Depan Stream Coffee 2.0 Bandung.....	47
Gambar 4.2 Tampak Dalam Stream Coffee 2.0 Bandung .....	48
Gambar 5.1 Garis Kontinum Dimensi Reliabilitas .....	61
Gambar 5.2 Garis Kontinum Dimensi Responsivitas .....	66
Gambar 5.3 Garis Kontinum Dimensi Jaminan .....	71
Gambar 5.4 Garis Kontinum Dimensi Empati.....	77
Gambar 5.5 Garis Kontinum Dimensi Bukti Fisik.....	82
Gambar 5.6 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan .....	89
Gambar 5.7 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pelanggan.....	99
Gambar 5.8 Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel .....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konsumsi Domestik Kopi di Indonesia 2011-2017.....	1
Tabel 2.1 Karakteristik Pelayanan dan Implikasi Manajemen.....	10
Tabel 2.2 Hubungan Sikap dan Perilaku Loyalitas.....	21
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel X.....	32
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y.....	34
Tabel 3.3 Skala Kategori Tanggapan Responden .....	35
Tabel 3.4 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Korelasi Koefisien	40
Tabel 5.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 5.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 5.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 5.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	51
Tabel 5.5 Hasil Deskriptif Responden mengenai Berkunjung Dalam Sebulan ....	52
Tabel 5.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	53
Tabel 5.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	54
Tabel 5.8 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian .....	55
Tabel 5.9 Kriteria Interval.....	56
Tabel 5.10 Pramusaji Mampu Menjelaskan Menu Dengan Baik .....	57
Tabel 5.11 Pramusaji Terampil Dalam Menyajikan Minuman.....	58



Tabel 5.12 Jam Buka-Tutup Stream Coffee 2.0 Bandung Sesuai Dengan Jam Operasional Setiap Harinya (09.00 – 23.00 (Sabtu – Kamis) 13.00 – 23.00 (Jumat) .....	59
Tabel 5.13 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Dimensi Reliabilitas ....	60
Tabel 5.14 Pramusaji Cepat Datang Jika Dipanggil Oleh Tamu .....	62
Tabel 5.15 Pramusaji Cepat Menanggapi Keluhan Tamu .....	63
Tabel 5.16 Pramusaji Mengantarkan Pesanan Tamu Dengan Cepat .....	64
Tabel 5.17 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Dimensi Responsibilitas .....	65
Tabel 5.18 Jaminan Pembayaran Yang Cepat.....	67
Tabel 5.19 Jaminan Metode Pembayaran Dengan Banyak Pilihan Seperti OVO dan EDC (Mesin Kartu).....	68
Tabel 5.20 Dapat Menukar Produk Yang Tidak Sesuai Dengan Pesanan .....	69
Tabel 5.21 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Dimensi Jaminan .....	70
Tabel 5.22 Pramusaji Mengucapkan Selamat Datang Kepada Tamu Yang Datang ke Stream Coffee 2.0 Bandung .....	72
Tabel 5.23 Pramusaji Bersikap Ramah Kepada Tamu.....	73
Tabel 5.24 Pramusaji Mencarikan Tempat Duduk Untuk Tamu .....	74
Tabel 5.25 Pramusaji Menanyakan Ada Tidaknya Pesanan Tambahan Kepada Tamu .....	75
Tabel 5.26 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Dimensi Empati.....	76
Tabel 5.27 Desain Interior Stream Coffee 2.0 Bandung Yang Tampilannya Menarik .....	78

Tabel 5.28 Memiliki Ruangan Coffee Shop Yang Nyaman .....	79
Tabel 5.29 Karyawan Berpakaian Rapih Saat Bekerja .....	80
Tabel 5.30 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Dimensi Bukti Fisik ....	81
Tabel 5.31 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan berdasarkan Urutan Pertanyaan.....	83
Tabel 5.32 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan berdasarkan Peringkat.....	85
Tabel 5.33 Kriteria Interval.....	90
Tabel 5.34 Saya Merasa Puas Terhadap Pelayanan Stream Coffee 2.0 Bandung	90
Tabel 5.35 Saya Bersedia Datang Kembali Ke Stream Coffee 2.0 Bandung .....	91
Tabel 5.36 Saya Akan Selalu Memilih Stream Coffee 2.0 Bandung Dibandingkan <i>coffee shop</i> Lainnya.....	92
Tabel 5.37 Saya akan menyampaikan hal – hal positif mengenai pelayanan yang disediakan Stream Coffee 2.0 Bandung kepada orang lain.....	93
Tabel 5.38 Saya Akan Merekomendasikan Stream Coffee 2.0 Bandung Kepada Orang Lain .....	94
Tabel 5.39 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan berdasarkan Urutan Pertanyaan.....	96
Tabel 5.40 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan berdasarkan Peringkat .....	97
Tabel 5.41 Hasil Uji Normalitas .....	100
Tabel 5.42 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	101
Tabel 5.43 Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Persamaan Regresi.....	103

Tabel 5.44 Nilai Koefisien Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> .....	104
Tabel 5.45 Koefisien Korelasi dan Taksirannya .....	104
Tabel 5.46 Analisis Koefisien Determinasi .....	105
Tabel 5.47 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t) .....	106

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	114
Lampiran 2 Output SPSS .....	118
Lampiran 3 Tabel Induk.....	123

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sumber daya alam yang berada di Indonesia terbilang sangat kaya, misalnya dilihat dari sektor perkebunan (Didno, 2018). Kopi adalah salah satu hasil komoditi dari perkebunan yang mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi (Rahardjo, 2012). Menurut pernyataan Airlangga Hartarto selaku Menteri Perindustrian, kopi Indonesia memproduksi 639,000 ton pada tahun 2017 dengan komposisi 72,84% kopi berjenis robusta dan 27,16% kopi berjenis arabika (Barus, 2019). Konsumsi domestik kopi di Indonesia terbilang tinggi karena terjadi peningkatan setiap tahunnya (Indonesia Investment, 2017).

Tabel 1.1 Konsumsi Domestik Kopi di Indonesia 2011-2017

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 <sup>1</sup>
Konsumsi Nasional (dalam 1,000 bungkus 60 kg)	3,333	3,584	4,042	4,167	4,333	4,500	4,600

Sumber: Indonesia Investment, 2017

Di Indonesia pertumbuhan *coffee shop* diprediksi mencapai 15% - 20% pada tahun 2019, hal ini menunjukkan pertumbuhan sejak tahun 2018 mengalami peningkatan. Dengan meningkatnya konsumsi masyarakat Indonesia terhadap kopi, dapat dilihat pada situs Zomato bahwa di Bandung sendiri terdapat 591 *coffee shop* (Zomato, 2020). Salah satu *coffee shop* di Bandung adalah Stream Coffee 2.0 Bandung.

Menurut Nicky Kusuma selaku Vice President Sales and Marketing Toffin Indonesia, terdapat beberapa faktor yang mendorong pertumbuhan bisnis coffee shop di Indonesia yaitu, budaya berkumpul sambil meminum kopi, meningkatnya daya beli konsumen, dominasi populasi generasi Y dan Z yang telah menciptakan *lifestyle* dalam mengonsumsi kopi, media sosial sebagai tempat untuk pemasaran, *platform ride hailing* yang memudahkan proses penjualan, rendahnya *entries barriers* dalam bisnis kopi yang ditunjang dengan ketersediaan pasokan bahan baku dan peralatan, serta margin bisnis coffee shop relatif cukup tinggi. (Dahwilani, 2019)

Berdasarkan kuesioner pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada 56 responden, berikut alasan utama konsumen mengunjungi Stream Coffee 2.0 Bandung adalah minuman yang dipesan sesuai dengan yang diberikan kepada konsumen sebesar 48,2% dengan jumlah responden 27 orang. Selain karena minuman yang sesuai, faktor lain yang cukup besar untuk mempengaruhi alasan konsumen mengunjungi Stream Coffee 2.0 Bandung adalah tempat yang nyaman, serta pelayanan yang ramah.

Alasan pertama dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh Stream Coffee 2.0 Bandung adalah minuman yang dipesan sesuai dengan yang diberikan kepada konsumen karena Stream Coffee 2.0 Bandung memiliki sistem pencatatan yang ditulis langsung oleh kasir (pesan dan bayar terlebih dahulu) sehingga memudahkan barista untuk melihat pesanan konsumen melalui struk. Hal ini dapat meminimalisir kesalahan dalam pembuatan minuman sehingga pesannya sesuai dengan yang dipesan.

Alasan kedua dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh Stream Coffee 2.0 Bandung adalah tempat yang nyaman. Stream Coffee 2.0 Bandung memiliki desain interior yang minimalis sehingga membuat suasana menjadi lebih lega dan tidak sempit. Selain itu, terdapat pilihan ruangan yaitu ruangan merokok dan ruangan tidak merokok yang bertujuan untuk memenuhi keinginan serta memberi kenyamanan bagi konsumen.

Berdasarkan dua hasil paling utama dalam pra-kuesioner tersebut, mengatakan bahwa Stream Coffee 2.0 Bandung memiliki kualitas pelayanan, sehingga dapat membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk atau pelayanan yang dimiliki oleh Stream Coffee 2.0 Bandung dan dapat menjadi aset berharga juga bagi keberlangsungan *coffee shop* ini untuk melawan kompetitornya.

Berdasarkan uraian latar belakang serta hasil dari kuesioner pra-penelitian, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pokok persoalan yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan di Stream Coffee 2.0 Bandung?
2. Bagaimana pengaruh loyalitas pelanggan di Stream Coffe 2.0 Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan di Stream Coffee 2.0 Bandung.
2. Mengetahui pengaruh loyalitas pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung.
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Stream Coffee 2.0 Bandung.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini peneliti harapkan dapat memberi manfaat bagi pihak:

1. Bagi Peneliti

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini sebagai salah satu proses pembelajaran agar dapat memperluas dan memperdalam wawasan khususnya dalam hal kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.



## 2. Bagi Perusahaan

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya.

## 3. Bagi Pembaca

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan serta dapat menjadi bahan atau ilmu yang berguna untuk penelitian setelah ini.