



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT No. : 3949/SK/BAN-PT/AKRED/S/X/2019*

**Pengaruh Customer Complaint dan Customer Satisfaction**  
**Terhadap Customer Loyalty di Kopi Lain Hati**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

Thomas Enrico Hizkhia

2016320220

**Bandung**

**2020**



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT No. : 3949/SK/BAN-PT/AKRED/S/X/2019*

**Pengaruh Customer Complaint dan Customer Satisfaction**  
**Terhadap Customer Loyalty di Kopi Lain Hati**

Skripsi

Oleh :

Thomas Enrico Hizkhia

2016320220

Pembimbing :

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

**Bandung**

**2020**

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




Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Thomas Enrico Hizkhia  
Nomor Pokok : 2016320220  
Judul : Pengaruh Customer Complaint dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty di Kopi Lain Hati.

Menyetujui untuk diajukan pada Ujian Sidangjenjang Sarjana  
Bandung, 20 Juli 2020

Pembimbing,

  
Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

  
20 Juli 2020

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Thomas Enrico Hizkhia  
Nomor Pokok : 2016320220  
Judul : Pengaruh Customer Complaint dan Customer Satisfaction  
Terhadap Customer Loyalty di Kopi Lain Hati .

Telah diuji dalam Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Pada 3 Agustus 2020

Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji  
Ketua sidang merangkap anggota  
Daniel Hermawan, S.Ab., MSi., MBA.

Sekretaris  
Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Anggota  
Angela Caroline, S.Ab., M.M.







Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'P. Prasetyo'.

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama (sesuai akte lahir) : Thomas Enrico Hizkhia  
NPM : 2016320220  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh Customer Complaint dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty di Kopi Lain Hati.

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 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 di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 21 Juli 2020  
METERAI  
TEMA  
939C8AHF497529300  
6000  
ENAM RIBURUPIAH  
Thomas Enrico Hizkhia



## ABSTRAK

Nama : Thomas Enrico Hizkhia

NPM : 2016320220

Judul : Pengaruh Customer Complaint dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty di Kopi Lain Hati

---

Pelaku bisnis ingin mendapat tempat istimewa di hati konsumen, berbagai macam pendekatan dan strategi pemasaran diterapkan oleh organisasi untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Dalam industri *Food and Beverage* penting bagi perusahaan untuk selalu bisa memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen. *Customer Complaint* merupakan salah satu bentuk komunikasi bagi konsumen untuk mengungkapkan rasa ketidakpuasan yang dirasakannya, ketika konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan pasti akan mempengaruhi pembelian. Kepuasan konsumen dipandang sebagai tujuan utama yang akan menjadi kunci kesuksesan dan eksistensi perusahaan. Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen akan sangat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap suatu produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *customer complaint* dan *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini dilakukan di Kopi Lain Hati Sumber Mekar dengan data penelitian yang dikumpulkan dari 160 responden, menggunakan teknik *purposive sampling*, metode pengumpulan data dengan pengisian kuesioner, dan metode pengolahan data menggunakan SPSS 25.00. Hasil uji hipotesis menyatakan variabel *customer complaint* berpengaruh positif terhadap variabel *customer loyalty* dan variabel *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap variabel *customer loyalty*. Dari hasil penelitian tersebut, perusahaan perlu memperhatikan pengaruh *customer complaint* dan *customer satisfaction* untuk dapat meningkatkan *customer loyalty*.

Kata Kunci : Keluhan konsumen, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

## **ABSTRACT**

Name : Thomas Enrico Hizkhia

NPM : 2016320220

Title : Effect of Customer Complaints and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Kopi Lain Hati

---

Corporate want to get a special place in the hearts of consumers, a variety of objectives and marketing strategies are implemented by organizations for the survival of the company's to increase customer loyalty. In the Food and Beverage industry it is important for companies to always be able to provide services that satisfy consumers. Customer complaint is a form of communication for consumers to express the satisfaction they receive, compilation of consumers feeling dissatisfied with the services provided will definitely affect purchases. Customer satisfaction as the main goal will be the key to the success and existence of the company. From the results of this study it can be seen that customer satisfaction will greatly affect customer loyalty to buy product.

This study aims to determine whether the variable of customer complaint and customer satisfaction affect customer loyalty. This research was conducted at Kopi Lain Hati Sumber Mekar with research data collected from 160 respondents, using purposive sampling techniques, data collection methods by filling out questionnaires, and data processing methods using SPSS 25.00. Hypothesis test results state that customer complaint has a positive effect on customer loyalty variables and customer satisfaction variables have a positive effect on customer loyalty variables. From the results of these studies, companies need to pay attention to the customer complaints and customer satisfaction in order to increase customer loyalty.

Keywords: Customer Complaint, Customer Satisfaction, Customer Loyalty



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Customer Complaint dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty di Kopi Lain Hati”**. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis juga mendapatkan banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
2. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.Ab., M.Si. selaku ketua program studi jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa membantu, mengarahkan dan membimbing penulis melakukan penelitian ini.
4. Seluruh dosen & staff Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu dalam proses perkuliahan.
5. Randy Rewah dan Liliana Rachmad selaku orang tua dari penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa selama proses studi hingga penyusunan tugas akhir selesai.

6. Pemilik dan seluruh karyawan di Kopi Lain Hati cabang Sumber Mekar yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penelitian ini.
7. Teman-teman satu kelompok skripsi yang selalu menyemangati, membantu dan berkoordinasi satu sama lain Dika Jonathan, Emeraldy, Felicia Lievia, Hanna Apriliana, Ichsan Aulia, Janet Yonatan, Sylvia Nadya, Rafael Yovanka.
8. Grace Mulya yang selalu memberi dukungan dan doa selama penyusunan tugas akhir.
9. Thomas Ryan Hizkhia selaku kaka peneliti yang selalu memberi dukungan dan doa selama perkuliahan
10. Teman - teman angkatan 2016 Universitas Katolik Parahyangan jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah berjuang bersama dari awal semester perkuliahan hingga akhir semester Dave Anthya Jeremy, Michael Geovanry, Ronaldo Gunawan, Jemmy, Angel Fransisca, Gianni Adela, Catharine Suwanto, Yohanna, Kevin Pandojo.
11. Teman – teman Trip Semarang yang sudah memberikan dukungan maupun doa Joseph Gunawan, Sherli Natalia, Felicia, Shielry Marlina

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, maka dari itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran agar dapat memperbaiki kesalahan tersebut, akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Bandung, 21 Juli 2020

Penulis,

Thomas Enrico Hizkhia

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 <i>Customer Complaint Behavior</i> .....	7
2.1.1 Definisi <i>Customer Complaint</i> .....	7
2.1.2 Manfaat <i>Customer Complaint</i> .....	8
2.1.3 Indikator <i>Customer Complaint</i> .....	8
2.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	9
2.2.1 Definisi <i>Customer Satisfaction</i> .....	9
2.2.2 Manfaat <i>Customer Satisfaction</i> .....	10
2.2.3 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	10
2.3 <i>Customer Loyalty</i> .....	11
2.3.1 Definisi <i>Customer Loyalty</i> .....	11
2.3.2 Manfaat <i>Customer Loyalty</i> .....	13
2.3.3 Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....	14
2.4 Model Penelitian.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu .....	16
2.6 Hipotesis .....	19
2.6.1 Adanya hubungan <i>Customer Complaint</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> ...	19
2.6.2 Adanya hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>

3.1 Jenis Penelitian .....	21
3.2 Metode Penelitian .....	21
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	22
3.4 Populasi dan Sampling .....	25
3.4.1 Populasi .....	25
3.4.2 Sampel .....	25
3.4.3 Teknik Sampling .....	26
3.5 Uji Instrumen .....	27
3.5.1 Uji Validitas .....	27
3.5.2 Uji Reabilitas .....	29
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	30
3.6.1 Uji Normalitas .....	30
3.6.2 Uji Heteroskedastisitas .....	31
3.6.3 Uji Multikolinearitas .....	32
3.7 Analisis Korelasi .....	32
3.8 Uji Regresi Linier Berganda .....	33
3.9 Uji Regresi Linier Sederhana .....	34
3.10 Uji Hipotesis .....	34
3.10.1 Uji T .....	35
3.10.2 Uji F .....	35
3.11 Koefisien Determinasi .....	36
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Tentang Kopi Lain Hati .....	38
4.2 Bagan Organisasi dan Job Deskripsi di Kopi Lain Hati .....	42
4.3 Daftar Menu dan Harga Minuman Kopi Lain Hati .....	43
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
5.1 Hasil Pengolahan Data .....	44
5.1.1 Uji Validitas .....	44
5.1.2 Uji Reabilitas .....	47
5.2 Profil Responden .....	48

5.3.1 Hasil Analisis Deskriptif .....	51
5.3.2 Analisis Deskriptif <i>Customer Complaint</i> .....	52
5.3.4 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	62
5.3.5 Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> .....	70
5.4 Uji Asumsi Klasik .....	76
5.4.1 Uji Normalitas.....	77
5.4.2 Uji Multikolinearitas .....	80
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	81
5.4.4 Uji Autokorelasi.....	83
5.5 Uji Regresi Linier .....	84
5.5.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	84
5.5.2 Uji Regresi Linier Sederhana.....	86
5.6 Uji Hipotesis.....	91
5.6.1 Uji T .....	91
5.6.2 Uji F.....	91
5.6.3 Koefisien Determinasi.....	92
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>93</b>
6.1 Kesimpulan .....	93
6.2 Saran .....	94
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung dan Order Online dalam sepekan 21 – 27 Juni 2020 ...	4
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	22
Tabel 3.2 Standar Penelitian Untuk Validitas .....	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas .....	29
Tabel 5.1 Standar Penelitian Untuk Validitas .....	45
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 5.3 Hasil Uji Reabilitas .....	48
Tabel 5.4 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya akan memaafkannya.....	52
Tabel 5.5 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya akan melupakannya.....	53
Tabel 5.6 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya tidak akan melakukan perilaku khusus tetapi sikap saya berubah .....	53
Tabel 5.7 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>No Complaining Response</i> .....	54
Gambar 5.5 Garis Kontinum Dimensi <i>No Complaining Response</i> .....	55
Tabel 5.8 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya akan menyampaikan keluhan kepada pihak manajemen.....	56
Tabel 5.9 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya akan menyampaikan dengan bahasa tubuh.....	56
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Dimensi <i>Communication Complaint Responses</i> .	57
Tabel 5.11 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya tidak akan datang kembali ke Cafe tersebut.....	58
Tabel 5.12 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya akan berpindah ke Cafe lain.....	59
Tabel 5.13 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya akan melakukan protes secara langsung .....	59
Tabel 5.14 Ketika saya menemukan masalah di Kopi Lain Hati, saya akan meminta ganti rugi .....	60
Tabel 5.15 Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Action Complaint Responses</i> .	60

Tabel 5.16 Ketika saya merasa puas dengan Kopi Lain Hati, saya akan terus membeli produknya.....	62
Tabel 5.17 Ketika saya merasa puas dengan Kopi Lain Hati, saya akan merekomendasikan produk tersebut ke orang lain .....	63
Tabel 5.18 Ketika saya merasa puas dengan Kopi Lain Hati, saya akan setia dengan produk Kopi Lain Hati .....	63
Tabel 5.19 Tanggapan Responden terhadap Dimensi Pembelian Ulang .....	64
Tabel 5.20 Saya merasa puas dengan produk di Kopi Lain Hati .....	66
Tabel 5.21 Saya merasa tidak puas dengan produk di Kopi Lain Hati.....	66
Tabel 5.22 Tanggapan responden terhadap Dimensi Perasaan Puas .....	67
Tabel 5.23 Saya merasa puas karena produk_Kopi Lain Hati sesuai dengan harapan saya .....	68
Tabel 5.24 Tanggapan responden terhadap Dimensi Terpenuhinya Harapan .....	68
Tabel 5.25 Ketika saya mengunjungi Kopi Lain Hati, saya akan membeli lebih banyak dari biasanya.....	70
Tabel 5.26 Saya tetap setia dengan produk yang ditawarkan di Kopi Lain Hati .....	70
Tabel 5.27 Tanggapan responden terhadap_Dimensi Membeli Dalam Jumlah Banyak .....	71
Tabel 5.28 Saya akan mencoba varian rasa baru di Kopi Lain Hati.....	72
Tabel 5.29 Saya tidak terpengaruh oleh sensitifitas harga di Kopi Lain Hati.....	73
Tabel 5.30 Tanggapan responden terhadap Dimensi Melakukan Cross Selling .....	73
Tabel 5.31 Saya akan menyebarkan <i>review</i> yang <i>positif</i> tentang Kopi Lain Hati.....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi Terbesar .....	2
Gambar 1.2 Grafik Konsumsi kopi di Dalam Negeri . <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Gambar 4.1 Logo Kopi Lain Hati.....	38
Gambar 4.2 Interior Kopi Lain Hati .....	39
Gambar 4.3 Tempat foto di Kopi Lain Hati .....	40
Gambar 4.4 Pilihan Rasa Kopi Lain Hati & Foto Produk .....	41
Gambar 5.1 Diagram Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar 5.2 Diagram Berdasarkan Usia .....	49
Gambar 5.3 Diagram Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Gambar 5.4 Diagram Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Kopi Lain Hati .....	50
Gambar 5.6 Garis Kontinum Dimensi <i>Communication Complaint Response</i> .....	58
Gambar 5.7 Garis Kontinum Dimensi <i>Action Complaint Response</i> .....	62
Gambar 5.7 Garis Kontinum Dimensi <i>Action Complaint Response</i> .....	65
Gambar 5.8 Garis Kontinum Dimensi Perasaan Puas .....	68
Gambar 5.9 Garis Kontinum Dimensi Terpenuhinya Harapan.....	69
Gambar 5.10 Garis Kontinum Dimensi Membeli Dalam Jumlah Banyak .....	72
Gambar 5.11 Garis Kontinum Dimensi Melakukan Cross Selling .....	74
Gambar 5.12 Garis Kontinum Dimensi <i>Word of Mouth Positif</i> .....	76
Gambar 5.13 Grafik Histogram.....	77
Gambar 5.14 Grafik P-Plot.....	78
Gambar 5.15 Kolmogrov Smirnov .....	79
Gambar 5.16 Hasil Uji Multikolinearitas .....	81
Gambar 5.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	81
Gambar 5.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser .....	83
Gambar 5.19 Hasil Uji Autokorelasi <i>Durbin Watson</i> .....	83
Gambar 5.20 Hasil Uji Auto Korelasi <i>Run Test</i> .....	84
Gambar 5.21 Uji Regresi Linear Berganda.....	84
Gambar 5.22 Variabel Enter Regresi Sederhana .....	86



Gambar 5.23 Model Summary .....	87
Gambar 5.24 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	87
Gambar 5.25 Hasil Uji T .....	91
Gambar 5.26 Hasil Uji F .....	93
Gambar 5.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	94

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

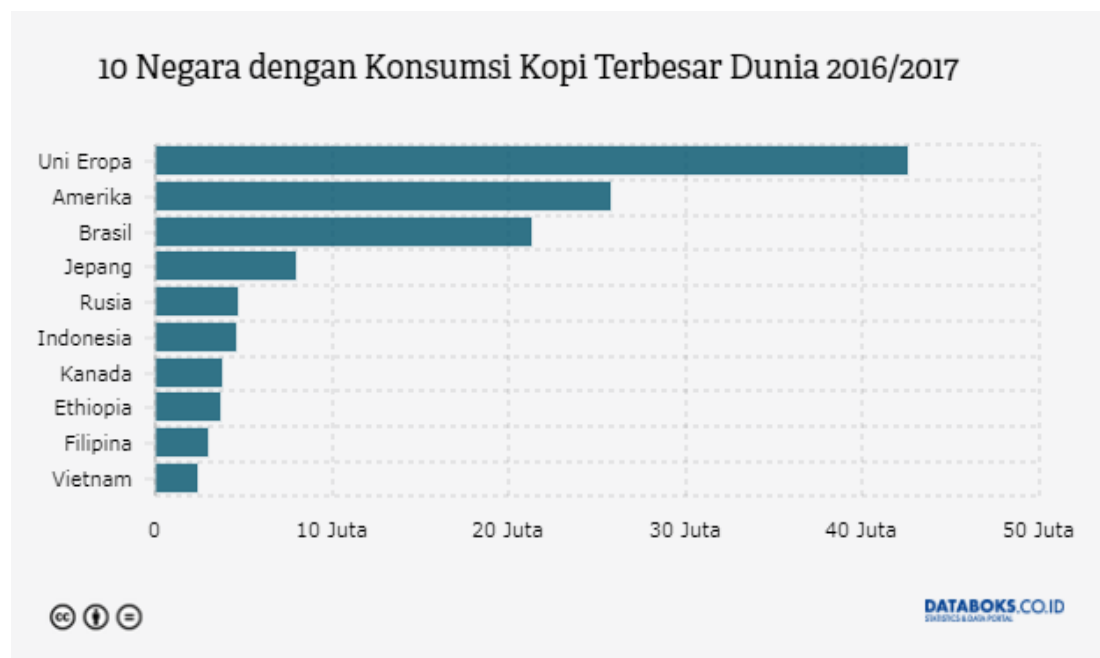
Kota Bandung merupakan salah satu destinasi favorit tempat wisata di Jawa Barat. Kota yang dijuluki Paris Van Java ini memiliki sumber daya alam yang tidak ada habisnya sehingga mempunyai potensi tinggi sebagai destinasi wisata. Bandung memiliki potensi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan seperti Gunung Tangkuban Perahu, Gunung Burangrang, Gunung Puntang, dan Gunung Manglayang, Ciwidey, Lembang. Selain wisata alam, Kota Bandung sendiri memiliki beragam kuliner khas yang tidak dapat ditemukan di kota lainnya.

Saat ini akses menuju Kota Bandung semakin mudah dengan adanya akses infrastruktur dari pemerintah yang terus dikembangkan seperti adanya Tol Cipularang, Tol Elevated Jakarta Cikampek sehingga jarak tempuh menuju Kota Bandung dari Jakarta menjadi lebih cepat dan terbebas dari kemacetan. Selain Jakarta, kota-kota lain juga dapat mengakses Kota Bandung dengan mudah karena ada Tol Cipali yang menghubungkan Jawa Barat dengan kota Cirebon, Surabaya, Indramayu, dan Subang. Perjalanan juga dimudahkan dengan banyaknya transportasi umum yang menyediakan jalur transportasi ke Kota Bandung diantaranya kereta api, shuttle bus, dan travel sehingga memudahkan wisatawan untuk datang.

Wisata kuliner Bandung kerap kali menjadi alasan utama orang pergi ke Bandung dengan jumlah restoran yang terus bermunculan mengakibatkan persaingan kuliner di Kota Bandung menjadi lebih ketat untuk dapat menarik konsumen sebanyak mungkin. Selain kuliner makanan, saat ini industri kopi semakin menjamur dimana-mana, selain Kota Bandung memiliki udara yang sejuk dan nyaman untuk dinikmati sepanjang hari, tidak dapat dipungkiri minum kopi

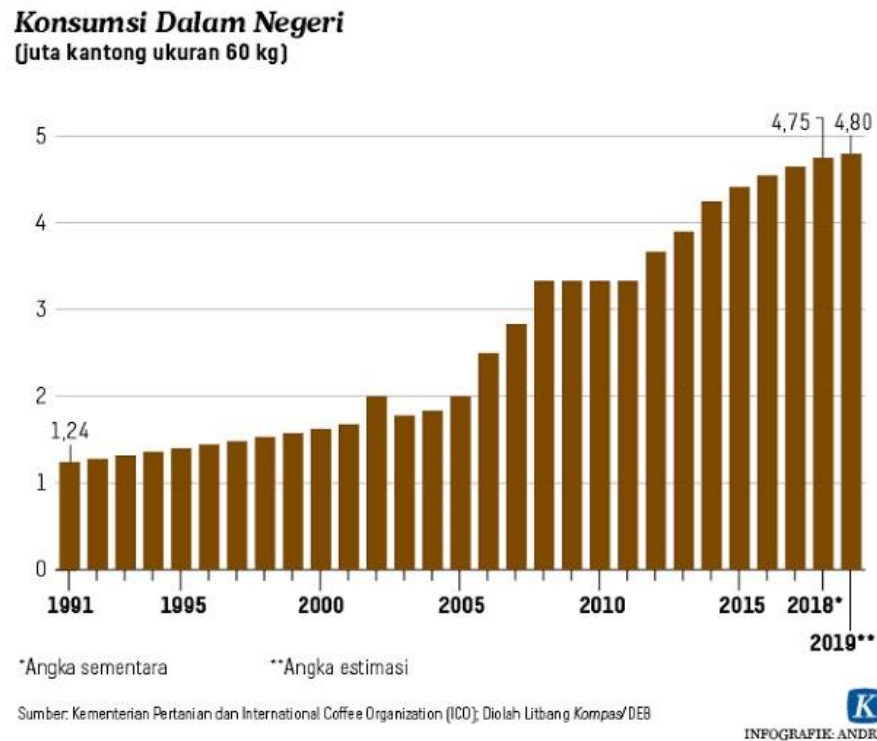
kini sudah menjadi sebuah kebiasaan dan kebutuhan bagi masyarakat. Jika dikaitkan kedalam teori kebutuhan Maslow maka minum kopi menjadi kebutuhan fisiologis yang memiliki potensi paling dasar dan besar untuk dipenuhi. Kebutuhan fisiologis adalah satu-satunya kebutuhan yang bisa terpuaskan sepenuhnya atau minimal dapat diatasi. Kedai kopi dapat ditemukan hampir di seluruh penjuru Kota Bandung selain untuk minum kopi, kedai kopi menjadi tempat yang nyaman untuk dikunjungi untuk mengerjakan tugas, dan sekedar berkumpul bersama teman-teman.

**Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi Terbesar**



Sumber : Organization (2018)

**Gambar 1.2 Grafik Konsumsi kopi di Dalam Negeri**



Sumber : Organization (2018)

Menurut data dari Organization International Coffee (2018) dapat dilihat bahwa Indonesia berada di urutan keenam dengan konsumsi kopi terbesar dunia dan konsumsi kopi di dalam negeri pun terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Selain menaikkan nilai jual, munculnya kedai-kedai tersebut akan mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif dari komoditas kopi, baik untuk pasar domestik maupun ekspor. Semakin banyaknya kompetitor maka semakin tajam pula persaingannya. Pada dasarnya tujuan utama yang ingin dicapai oleh pelaku usaha adalah memuaskan konsumen sehingga dapat menghasilkan laba. Untuk dapat terus bertahan diperlukan strategi agar konsumen tetap loyal pada sebuah merek, dengan penanganan dan perbaikan yang baik terhadap keluhan konsumen, perusahaan dapat terus menjaga nama baik di mata konsumen. Kepuasan konsumen harus menjadi visi utama sebuah perusahaan.

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk dapat bersaing dengan membuat sesuatu yang berbeda dan unik sehingga menjadi ciri khas tersendiri bagi konsumen karena mudah diingat. Dekorasi kedai kopi dan varian menu yang banyak bisa menjadi alternatif untuk dapat membedakan kedai kopi satu dengan yang lain dengan menonjolkan ciri khasnya. Cita rasa yang enak dan harga yang bersaing akan membuat konsumen menjadi lebih loyal. Jawa Barat sendiri memiliki beberapa daerah yang menghasilkan biji kopi terbaik seperti Kopi Papandayan, Kopi Malabar, Kopi Gunung Puntang, Kopi Cikuray dan Kopi Ciwidey yang tidak kalah nikmat dengan kopi dari daerah lain

Di Kota Bandung ini terdapat usaha kedai kopi yang menerapkan usaha kreatif dengan pemberian nama yang unik pada varian menunya yaitu Kopi Lain Hati. Kopi Lain Hati pertama kali berdiri sejak Maret 2018 sampai dengan saat ini dan sudah berhasil menghadirkan 222 cabang di seluruh Indonesia. Disadur dari Instagram resmi Kopi Lain Hati, saat ini terdapat 25 menu minuman di Kopi Lain Hati baik panas maupun dingin. Kopi Lain Hati di Bandung memiliki beberapa cabang salah satunya terdapat di Jalan Cimbleuit No. 163 dan di Jalan Sumber Mekar 34-7 yang menjadi objek penelitian untuk tugas akhir ini. Data yang didapatkan dari pengurus Kopi Lain Hati Sumber Mekar ini jumlah pengunjung baik itu yang datang langsung maupun memesan melalui aplikasi terus mengalami peningkatan.

**Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung dan Order Online dalam sepekan 21 – 27 Juni 2020**

Jumlah	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
Pengunjung	34	42	53	64	72	82	56
Order Online	21	18	15	28	32	35	32

Perlu diperhatikan kualitas pelayanan yang menjadi peran penting untuk dapat memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi perilaku loyalitas konsumen sehingga konsumen merasa puas. Selama melakukan penelitian secara langsung didapatkan 8-10 kasus *complaint* di Kopi Lain Hati. Kasus *complaint* yang muncul mengenai cita rasa yang terlalu manis atau pahit, kecepatan staff dalam melayani konsumen dan kesalahan dalam memasukan nama orderan. Dari data tabel 1.1 jumlah pengunjung setiap harinya mengalami peningkatan karena banyak dari konsumen yang membeli Kopi Lain Hati merasa puas dengan produk yang mereka beli walaupun terdapat kasus *complaint* dengan penelitian ini diharapkan Kopi Lain Hati dapat terus memperbaiki kinerjanya sehingga volume penjualan dapat terus ditingkatkan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Penelitian ini dilakukan di Kopi Lain Hati cabang Sumber Mekar yang memiliki konsep tempat yang nyaman serta memiliki varian nama menu yang berbeda dengan tempat lain. Kopi Lain Hati di Sumber Mekar ini sudah ada kurang lebih selama 1 tahun dan masih dapat terus bertahan ditengah persaingan yang ketat dengan kompetitor lainnya. Tetapi tingkat pelayanan yang diberikan dirasakan oleh pengunjung kurang memuaskan, terutama pada cita rasa yang diberikan oleh barista suka berubah – rubah seperti terlalu manis atau kurang manis, kecepatan staf melayani keluhan, kesalahan dalam memasukan nama orderan. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk dapat menganalisis cara pemasaran yang dilakukan Kopi Lain Hati selama ini dan pengaruh *customer complaint* dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* di Kopi Lain Hati.

1. Bagaimana cara Kopi Lain Hati mengatasi *customer complaint*?
2. Bagaimana *customer loyalty* berpengaruh untuk meningkatkan bisnisnya?
3. Bagaimana *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh penanganan *customer complaint* di Kopi Lain Hati
2. *Customer loyalty* di Kopi Lain Hati
3. Mengetahui pengaruh *customer complaint* dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* di Kopi Lain Hati.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi Kopi Lain Hati
  - a. Memberikan rekomendasi Kopi Lain Hati untuk menjalankan bisnisnya terutama untuk mengetahui keluhan pelanggan dan strategi dalam bersaing
  - b. Mengetahui perilaku konsumen terhadap *customer loyalty*
  - c. Memberikan masukan untuk mengatasi *customer complaint*
  - d. Meningkatkan kualitas untuk pelanggan

2. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menjadi informasi serta bahan acuan terutama mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta menambah wawasan untuk peneliti tentang pengaruh *customer complaint* dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

3. Manfaat bagi akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan menjadi suatu acuan referensi yang berguna bagi para dosen untuk lebih memperdalam masalah *customer complaint* dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.