

**PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN: UJI VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI PEMEDIASI**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Angela Mariska Widjaja

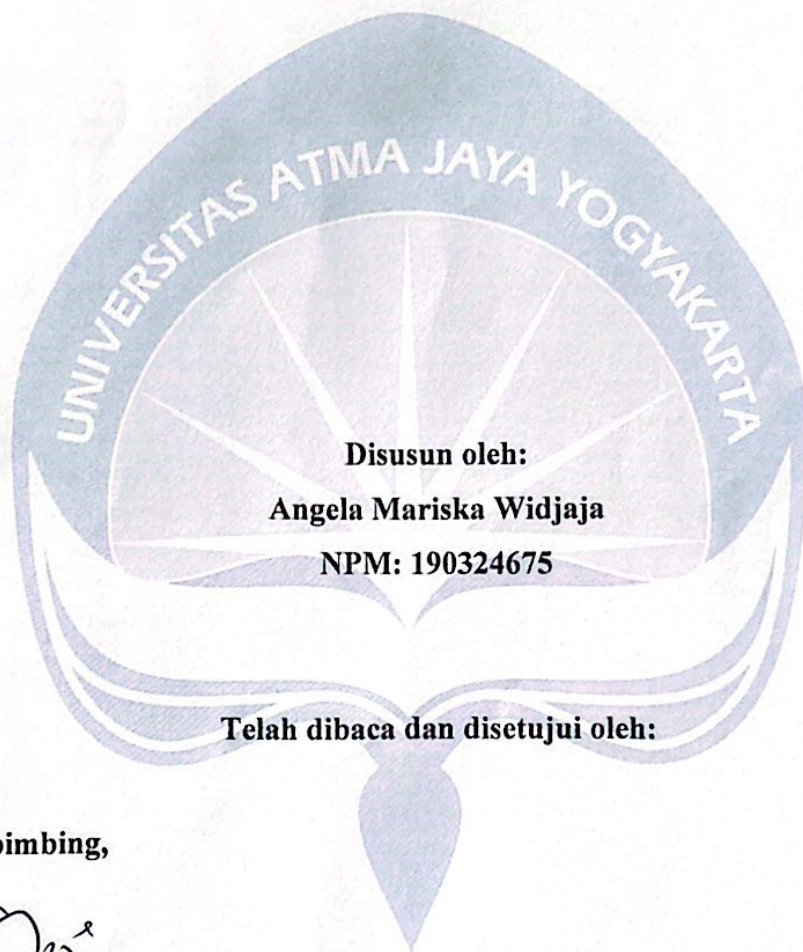
NPM: 190324675

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN: UJI VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI PEMEDIASI**



Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ellyawati", is written over the printed name.

Dr. J. Ellyawati, MM.

29 Mei 2023

SKRIPSI

PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: UJI VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI PEMEDIASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Angela Mariska Widjaja
NPM: 190324675

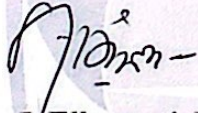
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 12 Juli 2023

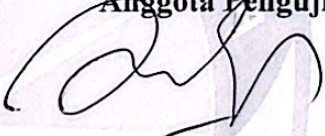
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

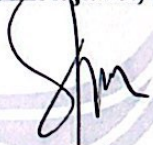
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Dr. J. Ellyawati, MM.

Anggota Penguji


W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc. IB, Ph.D.


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 20 Juli 2023

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: UJI VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI PEMEDIASI

benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juni 2023

Yang menyatakan



Angela Mariska Widjaja

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Program Loyalitas terhadap Loyalitas Pelanggan: Uji Variabel Kepuasan sebagai Pemediasi.” Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi dan mencapai gelar sarjana (S1) jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat sehingga penulis dapat melakukan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan lancar. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, yakni kepada:

1. Budi Suprpto, Drs., MBA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan berkenaan dalam memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang tak ternilai selama penulis menempuh dan menyelesaikan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Orang tua yang selalu mendukung, mendoakan, memotivasi penulis dalam keadaan apa pun sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Kakak penulis, Ardian Widjaja, yang selalu memberikan bimbingan, dan segala dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
6. Juwanda yang selalu mendukung dan memotivasi penulis untuk bersama-sama menempuh skripsi.
7. Sahabat penulis yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi, serta berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.

8. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kesalahan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu penulis memohon maaf atas kekurangan tersebut. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini dan bersifat membangun untuk karya yang lebih baik di masa mendatang. Dengan demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.



MOTTO & PERSEMBAHAN

Don't rush the process, good things take time.

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua dan keluarga, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan
kepada penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO & PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
Abstrak	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Program Loyalitas.....	7
2.1.2. Interaksi Personal.....	8
2.1.3. Loyalitas Pelanggan.....	8
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	9
2.2. Penelitian Terdahulu.....	10
2.3. Pengembangan Hipotesis	14
2.3.1. Pengaruh program loyalitas terhadap loyalitas pelanggan	14
2.3.2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	14
2.3.3. Pengaruh program loyalitas terhadap kepuasan pelanggan	15
2.3.4. Pengaruh interaksi personal terhadap kepuasan pelanggan.....	16
2.4. Kerangka Penelitian	17
BAB III	18
METODOLOGI PENELITIAN.....	18

3.1. Desain Penelitian	18
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	18
3.2.1. Populasi.....	18
3.2.2. Sampel	19
3.3. Jenis Data	19
3.4. Definisi Operasional.....	20
3.5. Pengukuran.....	21
3.6. Metode Pengumpulan Data	21
3.7. Metode Pengujian Instrumen.....	22
3.7.1. Uji Validitas.....	22
3.7.2. Uji Reliabilitas	23
3.8. Metode Analisis Data	23
3.8.1. Uji <i>R-square</i>	23
3.8.2. Uji <i>Predictive Relevance (Q-square)</i>	23
3.8.3. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	24
3.8.4. Uji Hipotesis	25
3.9. Uji Variabel Mediasi	25
BAB IV	26
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1. Pengantar	26
4.2. Analisis Profil Responden	26
4.3. Analisis Statistik Deskriptif.....	29
4.3.1. Statistik Deskriptif Program Loyalitas	30
4.3.2. Statistik Deskriptif Interaksi Personal	31
4.3.3. Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	31
4.3.4. Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	32
4.4. Analisis PLS-SEM	32
4.4.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	33
4.4.2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	38
4.5. Pembahasan	43
4.5.1. Pengaruh Program Loyalitas terhadap Loyalitas Pelanggan	43
4.5.2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
4.5.3. Pengaruh Program Loyalitas terhadap Kepuasan Pelanggan	44
4.5.4. Pengaruh Interaksi Personal terhadap Kepuasan Pelanggan	44

BAB V.....	45
PENUTUP.....	45
5.1. Kesimpulan.....	45
5.2. Implikasi Manajerial.....	46
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award Sub Kategori Café Kopi Tahun 2019-2022.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	28
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan dalam 1 Bulan	29
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Program Loyalitas	30
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Interaksi Personal	31
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	31
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	32
Tabel 4.10 <i>Loading Factor</i>	34
Tabel 4.11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	35
Tabel 4.12 <i>Cross Loading</i>	36
Tabel 4.13 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	36
Tabel 4.14 <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	37
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi (R^2)	38
Tabel 4.16 <i>Q-square</i>	39
Tabel 4.17 Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	40
Tabel 4.18 <i>Indirect Effects</i>	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2010-2021	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Model Struktural.....	33
Gambar 4.2 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	34
Gambar 4.3 Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 2 Jawaban Responden	56
Lampiran 3 Jawaban Demografi Responden.....	61



**PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN: UJI VARIABEL KEPUASAN SEBAGAI PEMEDIASI**

Disusun oleh:
Angela Mariska Widjaja
NPM: 190324675

Pembimbing
Dr. J. Ellyawati, MM.

Abstrak

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk mempertahankan pelanggannya. Hampir semua perusahaan telah menerapkan program loyalitas dalam menjalankan bisnisnya, termasuk Starbucks yang menawarkan program loyalitas kepada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh program loyalitas dan interaksi personal terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan pada Starbucks Coffee di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian adalah pelanggan Starbucks Coffee Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian dan memiliki Starbucks card atau aplikasi Starbucks. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 228 responden, selanjutnya dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan bantuan program SmartPLS 3.2.9 Hasil penelitian menunjukkan bahwa program loyalitas, interaksi personal, dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Program loyalitas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Program Loyalitas, Interaksi Personal, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.