

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berkat kebaikan Tuhan yang telah memberikan inspirasi, motivasi kemampuan, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu di Universitas Pelita Harapan Surabaya. Hasil karya penelitian ini adalah bentuk kerja keras penulis dalam memenuhi syarat kelulusan Sarjana Ekonomi. Namun penulis menyadari bahwa penelitian ini masih kurang sempurna, namun penulis berharap penelitian ini berguna dan dapat dijadikan referensi dalam ilmu marketing di masa akan datang. Tercapainya hasil penelitian tugas akhir ini, tentu melewati proses yang panjang dan membutuhkan bantuan dari banyak pihak. Untuk itu, penulis ingin memberikan rasa terima kasih bagi pihak- pihak yang senantiasa membantu penulis selama ini.

1. Kepada Tuhan Yesus yang selalu menolong dan membantu di setiap waktu, serta yang selalu memberikan kekuatan dan penghiburan, dan selalu memberi jalan pada waktu kesusahan.
2. Bapak DR. Ronald Suryaputra ST.MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Ibu DR. Amelia S.E, RFP-I,M.M., selaku ketua jurusan program studi manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya
4. Bapak Hananiel M Gunawan, BA., MBA, selaku dosen manajemen dan sebagai pembimbing utama penulis. Terima kasih sudah mencurahkan banyak waktu, pikiran dan perhatian serta membantu banyak sekali hal bagi penulis selama proses perkuliahan.
5. Bapak William Santoso, S.E M.AK., selaku pembimbing kedua yang membantu banyak hal selama perkuliahan serta telah membantu dan memberikan saran dalam penyelesaian penelitian ini.
6. Bapak Yanuar, selaku penguji satu. Terima kasih atas dukungan, masukan serta

pelajaran dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

7. Kedua orang tua penulis, Mama dan Papa dan Adik yang senantiasa mendoakan, mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman seangkatan, terima kasih atas semua dukungan dan doanya.
9. Terimakasih kepada teman-teman penulis yang telah memberikan banyak dukungan dan motivasi agar terus bisa maju.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topic yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 24 Agustus 2021

Yehezkiel Kharis Haryono

DAFTAR ISI

COVER	i
IDENTITAS TIM PENGUJI	ii
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan masalah.....	19
1.3 Rumusan Masalah.....	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Manfaat Penelitian.....	20
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	20
1.5.2 Manfaat Praktis.....	21
1.6 Sistematika Penelitian.....	21
BAB II	23
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	23
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Behavior Intention.....	23
2.1.2 Customer Satisfaction.....	24
2.1.3 Promotion.....	26
2.1.4 Product.....	28
2.1.5 Customer Service.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.1 Pengaruh Promotion terhadap Customer Satisfaction.....	32
2.3.2 Pengaruh <i>Product</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.3 Pengaruh <i>Customer service</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.4 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Behavior Intention.....	33
2.4 Model Penelitian.....	34
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	34
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37

3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	37
3.1.1 Jenis Penelitian	37
3.1.2 Jenis Data	37
3.2 Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	39
3.3 Metode Pengumpulan Data	40
3.4 Definisi Operasional dan pengukuran variabel	42
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Pengolahan Data.....	44
3.5.2 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV	54
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Ada Apa Dengan Kopi Surabaya.....	54
4.2 Analisis Data	55
4.2.1 Statistika Deskriptif.....	55
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	63
4.2.3 Uji Validitas.....	73
4.2.4 Uji Reliabilitas.....	74
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	76
4.3 Metode Analisis Statistik.....	82
4.3.1 Analisis Regresi.....	83
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	86
4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	88
4.4.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji-F).....	88
4.4.2 Uji Signifikasi Parsial (Uji-t).....	89
4.5 Pembahasan	92
BAB V	104
KESIMPULAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	104
5.2 Implikasi.....	108
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	108
5.2.2 Implikasi manajerial	109
5.3 Rekomendasi	115
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	136

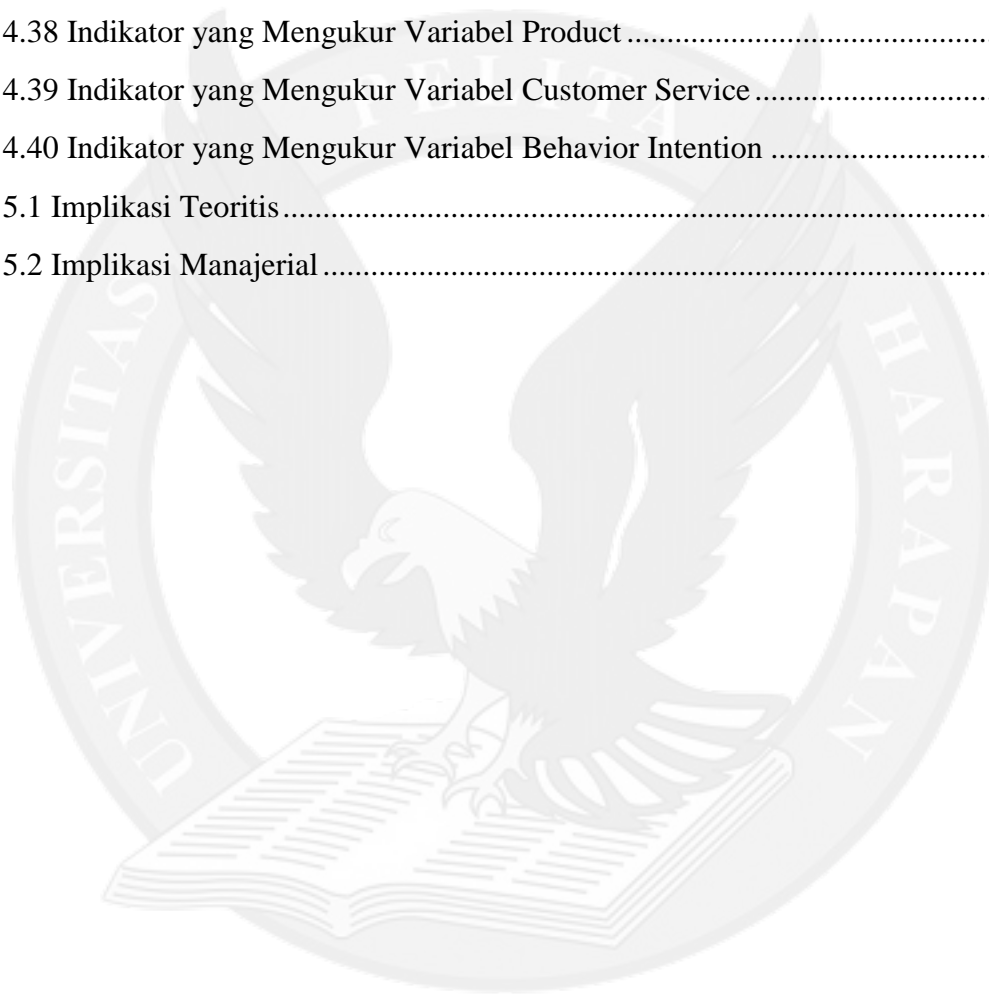
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>International Coffee Organization</i> konsumsi kopi Indonesia.....	14
Gambar 1.2 Data Produksi Kopi Dalam Negeri.....	15
Gambar 1.3 Data Saluran Penawaran Kedai Kopi	15
Gambar 1.4 Logo Ada Apa Dengan Kopi Surabaya.....	17
Gambar 1.5 Desain Interior Ada Apa Dengan Kopi Surabaya	18
Gambar 1.6 Menu Ada Apa Dengan Kopi Surabaya.....	19
Gambar 1.7 Customer Satisfaction pada Ada Apa Dengan Kopi Surabaya.....	24
Gambar 1.8 <i>Promotion</i> Menu Ada Apa Dengan Kopi Surabaya	25
Gambar 1.9 <i>Promotion</i> Menu Ada Apa Dengan Kopi Surabaya	26
Gambar 1.10 Produk Ada Apa Dengan Kopi Surabaya.....	27
Gambar 1.11 Layanan di Ada Apa Dengan Kopi Surabaya.....	28
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu	34
Gambar 2.2 Model Penelitian	36
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	66
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Normalitas Customer Satisfaction	90
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Normalitas Behavior Intention	91
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Behavior Intention.....	93
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Heterokedastisitas Customer Satisfaction.....	94
Gambar 4.6 Model Penelitian beserta Nilai Standarized Coefficients.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Review Ada Apa Dengan Kopi Surabaya & Pesaing	21
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	52
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan pengukuran Variabel	53
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik responden	65
Tabel 4.2 Derajat Penilaian Setiap Variabel	67
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Behavior Intention.....	68
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction	69
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Customer Service	71
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Product	72
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Promotion.....	73
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Behavior Intention	75
Tabel 4.9 Presepsi Responden Pada Variabel Customer Satisfaction	77
Tabel 4.10 Presepsi Responden Pada Variabel Customer Service	79
Tabel 4.11 Presepsi Responden Pada Variabel Product	81
Tabel 4.12 Presepsi Responden Pada Variabel Promotion.....	84
Tabel 4.13 Hasil Validitas Variabel Promotion.....	86
Tabel 4.14 Hasil Validitas Variabel Product	86
Tabel 4.15 Hasil Validitas Variabel Customer Service	86
Tabel 4.16 Hasil Validitas Variabel Customer Satisfaction	87
Tabel 4.17 Hasil Validitas Variabel Behavior Intention.....	87
Tabel 4.18 Hasil Uji Realibilitas Promotion.....	88
Tabel 4.19 Hasil Uji Realibilitas Product	88
Tabel 4.20 Hasil Uji Realibilitas Customer Service	88
Tabel 4.21 Hasil Uji Realibilitas Customer Satisfaction	88
Tabel 4.22 Hasil Uji Realibilitas Behavior Intention.....	88
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4.24 Nilai Tolerance dan VIF (CS*BI).....	92
Tabel 4.25 Nilai Tolerance dan VIF (PR,PD,CR*CS)	92
Tabel 4.26 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	94
Tabel 4.27 Hasil Uji Linearitas	95
Tabel 4.28 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*BI)	96

Tabel 4.29 Hasil Uji Regresi Berganda (PR,PD,CR*CS)	97
Tabel 4.30 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Sederhana (CS*BI).....	100
Tabel 4.31 Hasil Analisis Koefisien Berganda (PR,PD,CR*CS)	100
Tabel 4.32 Hasil Koefisien Determinasi 1 (R^2)	101
Tabel 4.33 Hasil Koefisien Determinasi 2 (R^2)	101
Tabel 4.34 Hasil Uji F.....	103
Tabel 4.35 Hasil Uji t.....	104
Tabel 4.36 Indikator yang Mengukur Variabel Customer Satisfaction	110
Tabel 4.37 Indikator yang Mengukur Variabel Promotion.....	112
Tabel 4.38 Indikator yang Mengukur Variabel Product	113
Tabel 4.39 Indikator yang Mengukur Variabel Customer Service	115
Tabel 4.40 Indikator yang Mengukur Variabel Behavior Intention	117
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	123
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	128



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: Kuesioner	136
LAMPIRAN B: Tabulasi Data.....	140
LAMPIRAN C: Hasil Perhitungan SPSS 25.0	149

