

**ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI
ROBUSTA DI KEDAI KOPI JANJI JIWA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis**



Oleh :

AIDIN WAHYU GUNAWAN
NPM: 1624010070

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2020**

**ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI
ROBUSTA DI KEDAI KOPI JANJI JIWA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

AIDIN WAHYU GUNAWAN
NPM: 1624010070

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2020**

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI ROBUSTA
DI KEDAI KOPI JANJI JIWA SURABAYA**

Oleh :

AIDIN WAHYU GUNAWAN
NPM: 1624010070

Telah diujikan pada tanggal:

16 Juni 2020

Skrripsi ini Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Pertanian

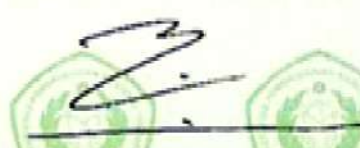
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 19601227 199103 2001

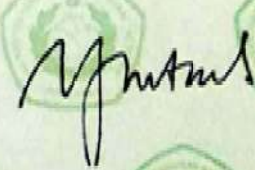

Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP 19590211 198903 1001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. R.A. Nora Augustien K, MP
NIP. 19590824 198703 2001


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 19620106 199003 2001

**ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI ROBUSTA
DI KEDAI KOPI JANJI JIWA SURABAYA**

Oleh :

AIDIN WAHYU GUNAWAN
NPM: 1624010070

Telah direvisi pada tanggal:


26 Juni 2020

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 19601227 199103 2001


Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP 19590211 198903 1001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-undang No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 Tahun 2010 Pasal 1 Ayat 1 tentang Plagiarisme.

Maka saya sebagai penulis Skripsi dengan judul **"ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI ROBUSTA DI KEDAI KOPI JANJI JIWA SURABAYA"** menyatakan bahwa Skripsi tersebut bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya dan saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai hukum dan perundangan yang berlaku.

Surabaya, 1 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Aidin Wahyu Gunawan
NPM. 1624010070

ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN KOPI ROBUSTA DI KEDAI KOPI JANJI JIWA SURABAYA

Aidin Wahyu Gunawan¹, Hamidah Hendrarini² dan Sri Tjondro Winarno³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,

UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Email : aidhinwahyu@gmail.com

ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya. Keberhasilan agribisnis kopi ini perlu dukungan semua pihak terkait dalam proses produksi, pengolahan dan pemasaran kopi. Kopi saat ini menjadi trend minuman masa kini yang banyak disukai masyarakat dan menikmati kopi sudah menjadi hal yang biasa di kota-kota besar sehingga membuat usaha bisnis kedai kopi menjadi usaha yang menjajikan. Namun para pemilik usaha tersebut tak jarang memperhatikan kualitas produk dan pelayanan yang menjadi sumber kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut tertinggi, menganalisis kepuasan dan loyalitas dari produk kopi robusta di kedai kopi janji jiwa Surabaya. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*Purposive*) dengan metode penentuan sampel yaitu *accidental sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Piramida Loyalitas.

Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa 1). Terdapat lima atribut tertinggi dari rangking / skor produk kopi janji jiwa yang memiliki kepuasan tertinggi yaitu rasa, keramahan, kesopanan, kebersihan, dan harga 2). Atribut produk digolongkan menjadi 4 kuadran, kuadran I (prioritas utama) yaitu rasa dan harga, kuadran II (Pertahankan Prestasi) yaitu Rasa, Keramahan, Kesopanan, kuadran III (Prioritas Rendah) yaitu kecepatan dan kerapian, kuadran IV (Berlebih) yaitu warna, tekstur, aroma dan indek kepuasan dengan nilai 85,99% berada pada rentang indek kepuasan 81%-100% yang berarti konsumen sangat puas terhadap atribut produk kopi janji jiwa 3). Konsumen kopi janji jiwa berada dalam kategori loyal digambarkan dengan piramida loyalitas terbalik dengan tingkat *Liking The Brand* 70%, *satisfied Buyer* 60%, *Switcher Buyer* 58%, *Habitual Buyer* 48% dan *Committed Buyer* 38%

Kata Kunci : Atribut Produk, Kepuasan, Konsumen, Kopi Robusta, Loyalitas.

***ANALYSIS OF ROBUSTA COFFEE CUSTOMER'S SATISFACTION
AND LOYALTY AT JANJI JIWA COFFEESHOP SURABAYA***

Aidin Wahyu Gunawan¹, Hamidah Hendrarini² dan Sri Tjondro Winarno³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,

UPN "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

Email : aidhinwahyu@gmail.com

ABSTRACT

Coffee is one of the agricultural commodities which has high economic value among other agricultural commodities. The coffee agribusiness's achievement needs support of all participants involved in the producing, processing and marketing of coffee. Coffee is a trend drink by present day who many people like and enjoy coffee has become usual thing in big city, make coffee shop is promising business. However, the business owners often regard for quality of products and services which are source of customer's satisfaction and loyalty. This research aims to identify Robusta coffee's of highest attributes, analyze the satisfaction and loyalty at Janji Jiwa CoffeeShop Surabaya. The research location was chosen purposively with determining sample methods known as accidental sampling. Data analysis methods in this research are descriptive analysis, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI) and the Pyramid of Loyalty

The result shows that 1). There are five highest attributes from the ranking/score of Janji Jiwa coffee shop's products that have highest satisfaction are taste, friendliness, politeness, cleanliness, and price 2). The product attributes are classified into 4 quadrants: Quadrant I (Top Priority) is taste and price. Quadrant II (Maintain Performance) is taste, friendliness, politeness. Quadrant III (Low Priority) is speed and neatness. Quadrant IV (Excess) is color, texture, scent and satisfaction index with a value of 85.99% are in the range of satisfaction index 81% -100% which means consumers are very satisfied with the attributes of the Janji Jiwa coffee shop's product 3). Consumers of Janji Jiwa coffee shop are in the loyal category depicted with an inverted loyalty pyramid with rate of 70% Liking The Brand, 60% Buyer Satisfied, 58% Switcher Buyer, 48% Habitual Buyer and 38% Committed Buyer

Keywords: Product Attributes, Satisfaction, Consumers, Robusta Coffee, Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul penelitian “Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Robusta di Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari bantuan Allah SWT dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada: Dr. Ir. Hj. Hamidah Hendrarini, M.Si selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu dan tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis. Penulis juga menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Nora Augustien K, MP Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
2. Ir. Sri Widayanti, MP Selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.
3. Seluruh keluarga besar terutama orang tua saya yang telah banyak memberikan dukungan, do'a, semangat, kasih sayang yang tidak terhingga.
4. Teman-teman Agribisnis angkatan 2016 yang telah memberikan banyak motivasi dan semangat dalam pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak.

Surabaya, Maret 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Bagi Mahasiswa.....	6
1.4.2. Bagi Perguruan Tinggi	6
1.4.3. Bagi Perusahaan	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.2. Loyalitas Konsumen.....	17
2.2.3. Konsumen	22
2.2.4. Kopi Robusta	25
2.3. Kerangka Pemikiran	27

III. METODE PENELITIAN

3.1. Studi Pendahuluan	31
3.2. Penentuan Lokasi dan Objek Penelitian	31
3.3. Penentuan Sampel	32
3.4. Pengumpulan Data	33
3.5. Definisi Operasional	34
3.6. Analisis Data	36

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya.....	50
4.2. Lokasi Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya	51
4.3. Karakteristik Konsumen di Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya.....	54
4.3.1. Jenis Kelamin Responden	55
4.3.2. Usia Responden	56
4.3.3. Pendidikan Terakhir Responden.....	56
4.3.4. Status Pekerjaan Responden	57
4.3.5. Pendapatan Perbulan Responden	58
4.3.6. Frekuensi Kunjungan Responden	59
4.4. Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kopi Janji Jiwa.....	60
4.5. Uji Validitas dan Reabilitas	62
4.5.1. Uji Validitas Kuesioner	63
4.5.2. Uji Reliabilitas Kuesioner	65
4.6. Atribut Tertinggi Produk Kopi Janji Jiwa.....	67
4.7. Analisis Kepuasan	70
4.7.1. Analisis Kepuasan dengan Metode IPA	70
4.7.2. Analisis Kepuasan dengan Metode CSI.....	76
4.8. Analisis Loyalitas Konsumen	78
4.8.1. <i>Switcher Buyer</i> (Pembeli yang Berpindah-pindah)	79

4.8.2. <i>Habitual Buyer</i> (Pembeli yang Bersifat Kebiasaan).....	80
4.8.3. <i>Satisfied Buyer</i> (Pembeli yang Puas).....	80
4.8.4. <i>Liking The Brand</i> (Pembeli yang Menyukai Merek).....	81
4.8.5. <i>Committed Buyer</i> (Pembeli yang Berkomitmen).....	82
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian	93
LAMPIRAN 2. Tabel Validitas dan Reabilitas	99
LAMPIRAN 3. Hasil Kuesioner Responden	105

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1.	Piramida Loyalitas Konsumen Yang Rendah	21
2.2.	Piramida Loyalitas Konsumen Yang Kuat	22
2.3.	Kerangka Pemikiran	30
3.1.	Lokasi Kedai Janji Jiwa	31
3.2.	Diagram Kartesius <i>importance Performance Analysis (IPA)</i>	41
4.1.	Daftar Menu Kopi Janji Jiwa	50
4.2.	Lokasi Kedai Janji Jiwa	51
4.3.	Tempat Duduk di Kedai Janji Jiwa	52
4.4.	Area Parkir di Kedai Janji Jiwa	52
4.5.	Spot Foto Janji Jiwa	53
4.6.	Sosial Media Janji Jiwa	53
4.7.	Promo dan <i>Giveaway</i> pada Kedai Janji Jiwa	54
4.8.	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin.....	55
4.9.	Grafik <i>Pie Chart</i> Usia	56
4.10.	Grafik <i>Pie Chart</i> Pendidikan Terakhir	57
4.11.	Grafik <i>Pie Chart</i> Status Pekerjaan.....	58
4.12.	Grafik <i>Pie Chart</i> Pendapatan Perbulan	59
4.13.	Grafik <i>Pie Chart</i> Frekuensi Datang Kembali	60
4.14.	Diagram Kartesius Produk Kopi Janji Jiwa	73
4.15.	Piramida Loyalitas Konsumen Kopi Janji Jiwa Surabaya.....	83

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
3.1.	Model Kuisisioner Dengan Skala Likert.....	34
3.2.	Atribut Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kopi Janji Jiwa.....	37
3.3.	Matriks Tingkat Kepentingan dan Kinerja serta rata-rata Atribut.....	40
3.4.	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfactiob Index</i>	43
3.5.	Perhitungan <i>switcher buyer</i>	45
3.6.	Perhitungan <i>habitual buyer</i>	46
3.7.	Perhitungan <i>satisfied buyer</i>	47
3.8.	Perhitungan <i>liking the brand</i>	48
3.9.	Perhitungan <i>Committed Buyer</i>	49
4.1.	Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian Konsumen Janji Jiwa	61
4.2.	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan	64
4.3.	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja.....	65
4.4.	Hasil Uji Validitas Tingkat Loyalitas	65
4.5.	Hasil Uji Reliabilitas pada Kuesioner	66
4.6.	Rangking / Skor dari Atribut Janji Jiwa	68
4.7.	Perhitungan Tingkat Kesesuaian antara Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kopi Janji Jiwa	71
4.8.	Rata - rata antara Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kopi Janji Jiwa	72
4.9.	Hasil <i>Impotance Performance Analysis</i> (IPA) Produk Kopi Janji Jiwa ..	74
4.10.	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Kopi Janji Jiwa	77
4.11.	Perhitungan <i>Switcher Buyer</i> (pembeli yang berpindah - pindah)	79
4.12.	Perhitungan <i>Habitual Buyer</i> (pembeli yang bersifat kebiasaan).....	80
4.13.	Perhitungan <i>Satisfied Buyer</i> (pembeli yang puas).....	81

4.14. Perhitungan <i>Liking The Brand</i> (pembeli yang menyukai merek).....	81
4.15. Perhitungan <i>Committed Buyer</i> (pembeli yang berkomitmen).....	82
4.16. Rangkuman Tabel Tingkatan Loyalitas Konsumen.....	83