

**PENGARUH KEBIASAAN, KEPUASAN, KESUKAAN DAN KOMITMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM MEMBELI KOPI JANJI
JIWA SECARA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Kota Surabaya)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ADELIA MUTIAHANA PERTIWI

17042010029

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2021

**PENGARUH KEBIASAAN, KEPUASAN, KESUKAAN DAN KOMITMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM MEMBELI KOPI JANJI
JIWA SECARA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :


ADELIA MUTIAHANA PERTIWI

17042010029

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi :

Menyetujui

PEMBIMBING



Dra. Siti Ning Farida, M.Si

NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA

NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KEBIASAAN, KEPUASAN, KESUKAAN DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM MEMBELI KOPI JANJI JIWA SECARA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Kota Surabaya)

Disusun Oleh :

ADELIA MUTIAHANA PERTIWI
17042010029

Telah diuji kebenarannya oleh Tim Verifikasi dan penguji serta dipublikasikan pada Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (Terakreditasi Sinta 6) Vol XII No 1 Edisi Mei 2021

Pada Tanggal 28 Mei 2021

Menyetujui,

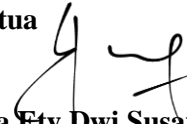
PEMBIMBING UTAMA



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

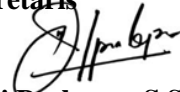
TIM PENGUJI

1. Ketua



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris



Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP. 196210161988031001

3. Anggota



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001



Mengetahui,
KEMENTERIAN

Dr. I. G. Sut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAKSI

ADELIA MUTIAHANA PERTIWI, 17042010029, Pengaruh Kebiasaan, Kepuasan, Kesukaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Kopi Janji Jiwa Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Kota Surabaya).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) secara simultan kebiasaan, kepuasan, kesukaan dan komitmen berpengaruh signifikan terhadap Ioyalitas konsumen dalam membeli Kopi Janji Jiwa secara online pada masa pandemic covid-19 ; (2) secara parsial kebiasaan, kepuasan, kesukaan dan komitmen berpengaruh signifikan terhadap Ioyalitas konsumen dalam membeli Kopi Janji Jiwa secara online pada masa pandemic covid-19.

Metode penelian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan atau eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli atau mengkonsumsi Kopi Janji Jiwa secara online di Kota Surabaya, dengan sampel sebanyak 100 responden yang berdasarkan pada rumus unknowrn population. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan jenis Purposive Sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa : (1) secara simultan variabel independen (kebiasaan, kepuasan, kesukaan dan komitmen) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen) ; (2) secara parsial variabel independen (kebiasaan , kepuasan, dan komitmen) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ioyalitas konsumen) ; (3) sedangkan variabel kesukaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen).

Kata Kunci : Kebiasaan, Kepuasan, Kesukaan, Komitmen dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACTION

ADELIA MUTIAHANA PERTIWI, 17042010029, The effect of Habitual buyer, Satisfaction, Liking and Commitment on Consumer Loyalty in Buying Janji Jiwa Coffee Online During the Covid-19 Pandemic (A Case Study on the Customer of Janji Jiwa Coffee in Surabaya City).

This study aims to see: (1) Simultaneously, the variables of buyer habitual buyer, satisfaction, liking and commitments have a significant effect on consumer loyalty in buying Janji Jiwa Coffee online during the Covid-19 pandemic ; (2) Partially, the variables of habitual buyer, satisfaction, liking and commitment have a significant effect on consumer loyalty in buying Janji Jiwa Coffee online during the Covid-19 pandemic.

This research method uses explanatory research with a quantitative approach. The population used in this study were all consumers who buy or consume Janji Jiwa Coffee online in the city of Surabaya, with a total sample of 100 respondents based on an unknown population formula. The sampling technique used in the study was the Non-Probability Sampling technique with the type of purposive sampling. The data analysis technique in this study is to use multiple linear regression analysis. Based on the results of data analysis, it can be concluded that: (1) Simultaneously the independent variables (habitual buyer, satisfaction, liking, and commitments) have a significant effect on the dependent variable (customer loyalty) ; (2) Partially the independent variables (habitual buyer, satisfaction, and commitments) have a significant effect on the dependent variable (customer loyalty) ; (3) While, the liking variable, partially does not have a significant effect on the dependent variable (consumer loyalty).

Keywords : Habitual buyer, Satisfaction, Liking, Commitment and Consumer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kebiasaan, Kepuasan, Kesukaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Kopi Janji Jiwa Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Kota Surabaya)”**.

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik serta lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing peneliti dan memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Gendut Soekarno, MS. Chra selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua penulis yang telah senantiasa memberi dorongan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Surya Adinata yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi.
6. Salsabila Nurul, Aprillia Dwi yang selalu memberikan semangat, waktu dan dukungan agar bisa segera menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman program studi Ilmu Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2017, yang juga turut memberikan dukungan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Besar harapan penulis agar penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| ABSTRAKSI | iii |
| ABSTRACTION..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 14 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 14 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 15 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA..... | 16 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 16 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 20 |
| 2.2.1 Pemasaran | 20 |
| 2.2.2 Perilaku Konsumen..... | 24 |
| 2.2.3 Loyalitas..... | 32 |
| 2.2.4 Kebiasaan (Habitual Behavior)..... | 37 |
| 2.2.5 Kepuasan (Satisfaction) | 41 |
| 2.2.6 Kesukaan (Liking of The Brand) | 45 |
| 2.2.7 Komitmen (Commitment)..... | 47 |
| 2.3 Kerangka Berpikir..... | 49 |
| 2.4 Hipotesis | 51 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 53 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 53 |
| 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 53 |
| 3.2.1 Definisi Operasional | 53 |
| 3.2.2 Pengukuran Variabel..... | 57 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 3.3 | Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel..... | 58 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 58 |
| 3.3.2 | Sampel..... | 59 |
| 3.3.3 | Teknik Penarikan Sampel | 61 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data..... | 62 |
| 3.4.1 | Jenis Data..... | 62 |
| 3.4.2 | Sumber Data..... | 62 |
| 3.4.3 | Teknik Pengumpulan Data..... | 63 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data..... | 63 |
| 3.5.1 | Teknik Analisis | 63 |
| 3.5.2 | Uji Validitas | 64 |
| 3.5.3 | Uji Reliabilitas | 66 |
| 3.5.4 | Uji Asumsi Klasik..... | 67 |
| 3.5.4.1 | Uji Autokorelasi..... | 67 |
| 3.5.4.2 | Uji Normalitas..... | 68 |
| 3.5.4.3 | Uji Heterokedastisitas | 70 |
| 3.5.4.4 | Uji Multikolinieritas..... | 71 |
| 3.6 | Analisis Regresi Linier Berganda | 72 |
| 3.7 | Uji Hipotesis | 73 |
| 3.7.1 | Uji F..... | 73 |
| 3.7.2 | Uji T..... | 75 |
| BAB 4 | HASIL DAN PEMBAHASAN | 78 |
| 4.1 | Hasil..... | 78 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 78 |
| 4.2 | Deskripsi Hasil Penelitian..... | 81 |
| 4.2.1 | Deskripsi Karakteristik Responden..... | 82 |
| 4.2.2 | Deskripsi Variabel Penelitian..... | 85 |
| 4.3 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 94 |
| 4.3.1 | Uji Validitas | 94 |
| 4.3.2 | Uji Reliabilitas | 95 |
| 4.4 | Uji Asumsi Klasik..... | 97 |

| | | |
|---------------------------|--|------------|
| 4.4.1 | Uji Autokorelasi..... | 97 |
| 4.4.2 | Uji Normalitas | 98 |
| 4.4.3 | Uji Heterokedastisitas | 100 |
| 4.4.4 | Uji Multikolinieritas..... | 102 |
| 4.5 | Analisis Regresi Linier Berganda | 103 |
| 4.5.1 | Hasil Regresi Linier Berganda | 103 |
| 4.5.2 | Koefisien Determinasi..... | 105 |
| 4.6 | Uji Hipotesis | 106 |
| 4.6.1 | Uji F (Simultan) | 106 |
| 4.6.2 | Uji t (Parsial)..... | 109 |
| 4.7 | Pembahasan..... | 115 |
| BAB 5 PENUTUP..... | | 126 |
| 5.1 | Kesimpulan | 126 |
| 5.2 | Saran | 127 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1.1 Produksi Kopi Indonesia Tahun 2016-2020..... | 5 |
| Gambar 1.2 Konsumsi Kopi di Indonesia..... | 6 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 51 |
| Gambar 3.1 Kurva Uji F..... | 75 |
| Gambar 3.2 Kurva Uji t..... | 77 |
| Gambar 4.1 Logo Kopi Janji Jiwa..... | 80 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas..... | 98 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas | 101 |
| Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F..... | 108 |
| Gambar 4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Variabel X1..... | 110 |
| Gambar 4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Variabel X2..... | 112 |
| Gambar 4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Variabel X3 | 113 |
| Gambar 4.8 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Variabel X4 | 114 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1.1 Top Brand Award Kedai Kopi 2020 | 9 |
| Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert | 58 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 82 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 83 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 84 |
| Tabel 4.4 Dekripsi Variabel Kebiasaan (X1)..... | 85 |
| Tabel 4.5 Dekripsi Variabel Kepuasan (X2)..... | 87 |
| Tabel 4.6 Dekripsi Variabel Kesukaan (X3)..... | 89 |
| Tabel 4.7 Dekripsi Variabel Komitmen (X4) | 90 |
| Tabel 4.8 Dekripsi Variabel loyalitas konsumen (Y)..... | 92 |
| Tabel 4.9 Uji Validitas | 94 |
| Tabel 4.10 Uji Reliabilitas | 96 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi | 97 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas | 100 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas | 102 |
| Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 103 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinas | 106 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji F..... | 107 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji t..... | 109 |
| Tabel 4.18 Perbandingan Hasil Penelitian | 121 |