

SKRIPSI

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPUASAN

PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN FORE

COFFEE DI SURABAYA



Diajukan Oleh:

NURIYAH SINTA

NPM: 21420129

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN FORE COFFEE SURABAYA

Diajukan oleh :

NURIYAH SINTA

NPM : 21420129

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Husni indrawati wijaya putri,SE.,MM.

Tanggal, 10 juli 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto trimarjono, SE, MM.

Tanggal, 10 juli 2025

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN FORE
COFFEE DI SURABAYA**

Diajukan Oleh:
NURIYAH SINTA
NPM: 21420129

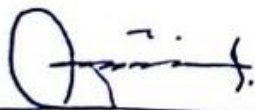
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE.,MM **Dr. Dana Aditya, SE., MBA**



Prof. Dr. Wahyudiono, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal

Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.
Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya,2025
Yang membuat pernyataan



NURIYAH SINTA
NPM: 21420129

KAT PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fore Coffee Surabaya.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan, semangat, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE, M.Si., selaku dosen wali yang selalu memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasi selama masa perkuliahan. Terima kasih atas perhatian dan dukungan Ibu yang sangat berarti dalam perjalanan akademik penulis.

5. Ibu Husni Indrawati Wijaya Putri, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, kemudahan, arahan, dorongan semangat, serta berbagai masukan yang sangat berarti selama proses penulisan skripsi ini.
6. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya di Program Studi Manajemen, yang telah berbagi ilmu pengetahuan yang sangat berharga dan bermanfaat selama proses pembelajaran.
7. Untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Achmad dan Ibu Rumanah, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tak pernah putus. Tanpa kasih sayang dan dorongan mereka, saya tidak akan mampu mencapai titik ini.
8. Kepada suami tercinta, Syaiful Bahri, yang selalu menjadi sumber kekuatan, kesabaran, dan semangat dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan tanpa henti yang telah menemani proses penulisan skripsi ini.
9. Untuk kakak saya, Ayubkhan dan Isatulkarimah, yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan moral di tengah segala kesibukan. Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu menguatkan dan menginspirasi penulis.
10. Untuk seluruh rekan seangkatan 21 FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, dan kenangan yang telah tercipta selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

11. Untuk diri saya sendiri, Nuriyah Sinta, terima kasih atas kekuatan yang telah dimiliki untuk bertahan secara fisik, mental, dan emosional dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan hingga berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih atas keteguhan hati, semangat, dan ketekunan yang terus dijaga hingga akhir.

Penulis hanya dapat memanjatkan doa agar Allah SWT membalas segala bentuk kebaikan dan memberikan keberkahan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga segala bentuk masukan dan kritik yang membangun akan sangat berarti untuk perbaikan ke depannya.

Surabaya,2025

(Nuriyah Sinta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Fore Coffee di Surabaya. Pengalaman dan kepuasan pelanggan merupakan dua faktor penting yang dapat membentuk persepsi positif serta meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk tetap setia pada suatu merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 97 responden, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen (pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pengalaman pelanggan maupun kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengalaman dan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas mereka terhadap Fore Coffee.

Kata kunci: *Pengalaman pelanggan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan, Fore Coffee*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of customer experience and customer satisfaction on customer loyalty at Fore Coffee in Surabaya. Customer experience and satisfaction are two important factors that can shape positive perceptions and increase the likelihood of customers remaining loyal to a brand. This study used a quantitative approach, collecting data through questionnaires distributed to 97 respondents, selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression to test the effect of the independent variables (customer experience and customer satisfaction) on the dependent variable (customer loyalty). The results showed that both customer experience and customer satisfaction significantly influence customer loyalty. This finding indicates that the better the experience and level of satisfaction perceived by customers, the higher their level of loyalty to Fore Coffee.

Keywords: *Customer experience, Customer satisfaction, Customer loyalty, Fore Coffee*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Pengalaman Pelanggan	13
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	15
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	18
2.2 Penelitian Sebelumnya	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.4 Kerangka Konseptual	30

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Identifikasi Variabel.....	33
3.3.1 Variabel Dependen (Y)	33
3.3.2 Variabel Independen (X).....	33
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.4.1 Loyalitas Pelanggan (Y).....	33
3.4.2 Pengalaman Pelanggan (X1).....	34
3.4.3 Kepuasan Pelanggan (X2).....	34
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	35
3.5.1 Jenis Data	35
3.5.2 Sumber Data.....	35
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1 Uji Instrumen	36
3.7.1.1 Uji Validitas	37
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	37
3.7.2 Statistik Deskriptif	37
3.7.2.3 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	37
3.7.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.7.3 Uji Hipotesis	38
3.7.3.1 Uji t	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	40
4.1.2 Karakteristik Responden	41
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	46
4.1.4 Hasil Analisis Data.....	49
4.2 Pembahasan.....	57
4.2.1 Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	57

4.2.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan Penelitian	59
5.2 Keterbatasan Penelitian	59
5.3 Saran Penelitian	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	22
Tabel 3.1 Skala Likert	36
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Kelamin	43
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Domisili Responden	43
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	45
Tabel 4.6 Kategori Masing-Masing Variabel	46
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengalaman Pelanggan (X1).....	47
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (X2).....	48
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Pengalaman Pelanggan (X1)	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda	55
Tabel 4.16 Hasil Uji t	56
Tabel Distribusi Uji t	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Subkategori Kedai Kopi	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	66
Lampiran 2 : Data Tabulasi.....	73
Lampiran 3 : Hasil Olah Data SPSS	82