

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *LOYALTY CARD*
STARBUCKS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA GERAJ KOPI STARBUCKS DI
BANJARMASIN)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

Ahmad Rifky Faisal Ramadhani

NIM: 1910412210002



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2024**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigien H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 6105/UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
2. Humaidi, S.AB, M.AB
3. Dra. Hj. Siti Rusidah, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Ahmad Rifky Faisal Ramadhani
NIM : 1910412210002
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalty Card Starbucks
Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan
Konsumen (Studi Pada Gerai Kopi Starbucks Di
Banjarmasin)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 9 Desember 2024
J a m : 10.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 28 November 2024
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan:

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 9 bulan Desember tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 6105/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 28 November 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Ahmad Rifky Faisal Ramadhani
NIM : 1910412210002
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalty Card Starbucks Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Gerai Kopi Starbucks Di Banjarmasin)
Tempat Ujian : Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 81,6 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 9 Desember 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji, 1. Ketua : Prof. Dr. H. Hainudin, S.Sos, MM

2. Sekretaris : Humaidi, S.AB, M.AB

3. Anggota : Dra. Hj. Siti Rusidan, MM

Ahmad Rifky Faisal Ramadhani

Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



H. Ahmad Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Ahmad Rifky Faisal Ramadhani
NIM : 1910412210002
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalty Card Starbucks Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Gerai Kopi Starbucks Di Banjarmasin)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM	83	
2.	Humaidi, S.AB, M.AB	81	
3.	Dra. Hj. Siti Rusidah, MM	81	
Jumlah		245	
Nilai Rata-rata		81,6	Nilai Akhir = A

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 9 Desember 2024

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan ke hadirat Allah Yang Maha Kuasa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Loyalty Card* Starbuks Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Gerai Kopi Starbucks Di Banjarmasin)**". Penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada kedua orang tua dan istri tercinta yang selalu mendoakan dan mendorong penulis agar bisa menyelesaikan proposal ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

4. Bapak Taharuddin, S.Sos., MM. selaku Dosen Penasehat Akademik
5. Bapak Prof. Dr. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan serta memberikan masukan dan saran selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Humaidi, S.AB., M.A.B. selaku Dosen Penguji 1 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji, mengarahkan serta memberikan masukan dan saran selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Dra. Siti Rusidah, MM selaku Dosen Penguji 2 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji, mengarahkan serta memberikan masukan dan saran selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
9. Seluruh teman-teman pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2019 yang sudah kebersamaian saat kuliah.

Peneliti menyadari proposal ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Banjarmasin, 28 Februari 2023
Peneliti,

Ahmad Rifky Faisal Ramadhani
NIM. 1910412210002

ABSTRAK

Ahmad Rifky Faisal Ramadhani, 1910412210002, 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Loyalty Card* Starbucks Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Gerai Kopi Starbucks Di Banjarmasin), di bawah bimbingan Hairudinor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan *loyalty card* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai *variable intervening* pada gerai kopi Starbucks di Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei dan jenis penelitian eksplanatori. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik sampling insidental. Kuisisioner digunakan untuk pengumpulan data dan *partial least square* digunakan untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *loyalty card* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, *loyalty card* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen mampu memediasi secara signifikan *loyalty card* terhadap loyalitas konsumen di Starbucks Banjarmasin.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Loyalty Card*, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Ahmad Rifky Faisal Ramadhani, 1910412210002, 2024. The Influence of Service Quality and Starbucks Loyalty Card on Consumer Loyalty Mediated by Consumer Satisfaction (Study at Starbucks Coffee Stores in Banjarmasin), under the guidance of Hairudinor.

This research aims to determine and test the influence of service quality and Starbucks loyalty card on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable at Starbucks coffee outlets in Banjarmasin. This research uses a quantitative approach with a survey research design and explanatory research type. This research sample consisted of 100 respondents using incidental sampling techniques. Questionnaires were used for data collection and partial least squares were used to test hypotheses.

The results of the research prove that service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, loyalty card have a significant effect on consumer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on consumer loyalty, loyalty card have a positive and significant effect on consumer loyalty, consumer satisfaction has a positive and significant effect on loyalty consumers, consumer satisfaction is able to mediate the influence of service quality on consumer loyalty, consumer satisfaction is able to significantly mediate the Loyalty Card on consumer loyalty at Starbucks Banjarmasin.

Keywords: Service Quality, Loyalty Card, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.1 Tujuan	14
1.2 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Pemasaran.....	16
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.1.3 Bauran Pemasaran (Mix Marketing).....	19
2.1.1.4. Variabel Bauran Pemasaran.....	20
2.1.1.5 Customer Relationship Marketing	21
2.1.2 Jasa	22
2.1.2.1 Pengertian Jasa.....	22
2.1.2.2 Karakteristik Jasa	23
2.1.2.3. Manajemen Pemasaran Jasa	25
2.1.2.4. Bauran Pemasaran Jasa	27
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	30
2.1.3.3 Faktor-Faktor Buruknya Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.3.4 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	34
2.1.3.5. Sumber Kualitas Pelayanan	35
2.1.3.6. Indikator Kualitas Pelayanan	36

2.1.4. <i>Loyalty Card</i>	38
2.1.4.1 Pengertian <i>Loyalty Card</i>	38
2.1.4.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Loyalty Card</i>	40
2.1.4.3 Indikator <i>Loyalty Card</i>	41
2.1.5. Loyalitas Konsumen.....	42
2.1.5.1. Pengertian Loyalitas Konsumen	42
2.1.5.2. Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen	43
2.1.5.3. Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	45
2.1.5.4. Pembentukan Loyalitas	46
2.1.5.5. Indikator Loyalitas Konsumen.....	48
2.1.5.6. Tingkatan Loyalitas.....	49
2.1.5.7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	51
2.1.6. Kepuasan Konsumen.....	53
2.1.6.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	53
2.1.6.2. Dimensi Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen	54
2.1.6.3. Indikator Kepuasan Konsumen.....	55
2.2 Penelitian Terdahulu.....	56
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian.....	63
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	63
2.3.1.1 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	63
2.3.1.2 Hubungan Antara <i>Loyalty Card</i> terhadap kepuasan konsumen	65
2.3.1.3. Hubungan Antara kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	66
2.3.2 Model Penelitian	71
BAB III METODE PENELITIAN	72
3.1 Pendekatan Penelitian.....	72
3.2 Desain Penelitian	72
3.3 Lokasi Penelitian	73
3.4 Populasi, Besar Sample dan Teknik <i>Sampling</i>	73
3.4.1 Populasi	73

3.4.2 Besar Sample	74
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	75
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	76
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	88
3.6.1 Data Primer	89
3.6.2 Data Sekunder.....	89
3.7 Teknik Analisa Data	89
3.7.1 Skala Pengukuran.....	90
3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	91
3.7.3 Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	91
3.7.3.1 Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	93
3.7.3.2 Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	94
3.7.3.3 Mengkontruksi Diagram Jalur	95
3.7.3.4 Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan	96
3.7.3.5 Estimasi: Koef. Jalur. Loading. Dan Weight	96
3.7.3.6 Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	97
3.7.3.7 Pengujian Hipotesis (<i>Resamplig Bootstraping</i>)	98
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	100
4.1 Hasil Penelitian	100
4.1.1 Profil Responden.....	100
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif	102
4.1.2.1 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	103
4.1.2.2 Deskriptif Variabel <i>Loyalty Program</i> (X2)	120
4.1.2.3 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	126
4.1.2.4 Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	133
4.2 Uji SmartPLS (Hasil Outer Model Struktural).....	149
4.2.1.1 Convergent Validity Model Struktural.....	152
4.2.1.2 Discriminant Validity Model Struktural.....	153
4.2.1.3 Average Variance Extracted (AVE) Model Struktural	155
4.2.1.4 Uji Reliabilitas Outer Model Struktural	156
4.3 Hasil Bobot Faktor	157
4.3.1 Bobot Faktor Kualitas Pelayanan.....	157

4.3.2	Bobot Faktor Loyalty Program	159
4.3.3	Bobot Faktor Kepuasan Konsumen	159
4.3.4	Bobot Faktor Loyalitas Konsumen	160
4.4	Hasil Uji Inner Model.....	162
4.4.1	Path Koefisien dan T. Statistik Model	162
4.4.2	R Square dan F Square	163
4.4.2.1	<i>R Square</i>	163
4.4.2.2	<i>F Square</i>	164
4.4.3	<i>Goodness of Fit</i> model struktural.....	165
4.5	Pengujian Hipotesis	166
4.5.1	Pengaruh Langsung	167
4.5.2	Pengaruh Tidak Langsung	168
BAB V PEMBAHASAN HASIL.....		170
5.1	Pembahasan Hasil.....	170
5.1.1	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	170
5.1.2	<i>Loyalty Card</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	171
5.1.3	Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	172
5.1.4	<i>Loyalty Card</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	173
5.1.5	Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	174
5.1.6	Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen	175
5.1.7	<i>Loyalty Card</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen	176
5.2	Implikasi Hasil	177
5.2.1	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	177
5.2.2	<i>Loyalty Card</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	178
5.2.3	Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	179
5.2.4	<i>Loyalty Card</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	180
5.2.5	Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	180
5.2.6	Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen	181

5.2.7 <i>Loyalty Card</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen	182
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	183
BAB IV.....	184
PENUTUP.....	184
6.1 Kesimpulan	184
6.2 Saran	185
DAFTAR PUSTAKA	187

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Starbucks <i>Rewards</i> berbasis kartu dan aplikasi	8
2.1 Segitiga Pemasaran Jasa	25
2.2 Siklus Pembelian.....	46
2.3 Tingkatan Loyalitas Konsumen	49
2.4 Metode Penelitian	72
3.1 Model Struktural	96
4.1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	152
4.2 Hasil Path Coefficients dan T Statistik Bootstrapping SmartPLS	164

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Track Record penurunan pendapatan Starbucks.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	56
3.1 Definisi Operasional Variabel	82
3.2 Kategori penilaian	91
3.1 Rumus Interval Kelas	92
3.4 Kriteria Penilaian Inner Model SmartPLS	95
4.1 Responden Starbucks Coffee Banjarmasin Berdasarkan Jenis Kelamin ...	101
4.2 Responden Starbucks Coffee Banjarmasin berdasarkan usia.....	102
4.3 Nilai Interval Kelas	104
4.4 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	104
4.5 Deskriptif Variabel <i>Loyalty Program</i>	121
4.6 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	127
4.7 Deskriptif Variabel loyalitas Konsumen	134
4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	153
4.9 Cross Loading (Discriminant Validity) Outer Model	155
4.10 4.10 Nilai AVE Outer Model.....	156
4.11 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha Model Struktural.....	157
4.12 Bobot Faktor Kualitas Pelayanan.....	158
4.13 Bobot Faktor Loyalty Program	160
4.15 Bobot Faktor Loyalitas Konsumen	161
4.16 Path Coefficients Model Struktural Fit	163
4.17 T Statistik Inner Model Struktural Fit	163
4.18 Koefisien Determinasi (R Square)	165
4.19 <i>F Square</i>	165
4.20 Nilai GoF	167
4.21 <i>Path Coefficient</i> (Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung)	168
4.22 <i>Special Indirect Effects</i> (Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung).....	169