

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA
PELANGGAN *COFFEE SHOP STUDIO148***

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Riska Dea Putri Oktaviyani

NPM: 41183402200107



Strata 1

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *BRAND EQUITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN *COFFEE SHOP*
STUDIO148**

Tanggal: 20 November 2024

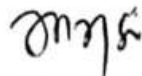
Oleh:

Riska Dea Putri Oktaviani

NPM: 41183402200107

Disetujui,

Pembimbing



Ria Marginingsih, S. E., M. B. A.

Mengetahui,



Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN *BRAND EQUITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN *COFFEE SHOP*
STUDIO148**

Tanggal: 28 November 2024

Oleh:

Riska Dea Putri Oktaviyani

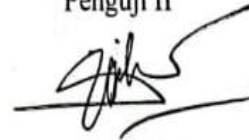
NPM: 41183402200107

Penguji I



Kurniawati Mulyanti, S. E., M. M.

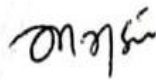
Penguji II



Isti Pujihastuti, S. E., M. E.

Mengetahui,

Pembimbing



Ria Marginingsih, S. E., M. B. A.

Mengetahui,



Dr. Huseini Khatimah, S. E., M. Si.

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riska Dea Putri Oktaviyani

Npm : 41183402200107

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Relationship marketing* dan *Brand equity* terhadap *Customer loyalty Coffee Shop Studio148*” merupakan asli hasil karya saya selaku penulis. Apabila terbukti bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Dengan demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban tanpa adanya pemaksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 28 November 2024

Yang menyatakan



METERAI
TEMPEL
E4EE2AMX078972473

Riska Dea Putri Oktaviyani

ABSTRAK

Riska Dea Putri (41183402200107)

Pengaruh *Relationship marketing* dan *Brand equity* terhadap *Customer loyalty*

Xiii + 121 Halaman + 22 Tabel + 2 Diagram + 2 Gambar + 19 Lampiran

Kata Kunci: *Relationship marketing*, *Brand equity*, *Customer loyalty*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* dan *brand equity* terhadap *customer loyalty* pada *Coffee Shop Studio148*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, dengan data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan *Coffee Shop Studio148*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan kuesioner melalui google form. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 220 responden yang diambil dengan metode purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *partial least square* (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 52,1% variasi variabel dependen *customer loyalty* dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *relationship marketing* dan *brand equity*, sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model.

Relationship marketing dan *brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Artinya semakin baik hubungan dengan pelanggan dan ekuitas merek yang diberikan oleh *Coffee Shop Studio148* maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan kepada *Coffee Shop Studio148*. artinya artinya semakin baik hubungan dan kekuatan merek *Coffee Shop Studio148* di benak pelanggan, pelanggan akan tetap setia dan kembali berkunjung.

Daftar Pustaka: 56 (2016-2024)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim.

Assalamualaikum wr. wb.

Dengan memanjatkan syukur ke hadirat Allah SWT dan atas rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh *Relationship marketing* dan *Bran equity* terhadap *Customer loyalty*".

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan bimbingan dan saran kepada:

1. Ibu Ria Marginingsi, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan semua staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
5. Bapak Alvian selaku pemilik *Coffee Shop* Studio148 beserta karyawan yang telah memberikan izin riset dan memberikan data untuk penulisan skripsi ini
6. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu serta abang saya yang selalu memberikan dorongan, motivasi, bantuan, dan doa sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk sahabat saya Dhiwa, Savira, Hendi yang siap menemani ke lokasi penelitian, memberi motivasi dan sudah membantu agar skripsi ini selesai dengan baik.

Dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan dan kelemahan, walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk hasil yang optimal.

Dengan penyusunan skripsi ini penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, 28 November 2024

Penulis

Riska Dea Putri Oktaviyani

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	10
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	11
1.4. Ruang Lingkup Dan Batasan Masalah	11
1.5. Sistematika Pelaporan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. <i>Customer loyalty</i>	14
2.1.1. Pengertian <i>Customer loyalty</i>	14
2.1.2. Indikator <i>Customer loyalty</i>	14
2.2. <i>Relationship marketing</i>	15
2.2.1. Pengertian <i>Relationship marketing</i>	15
2.2.2. Indikator <i>Relationship marketing</i>	16
2.2.3 Hubungan <i>Relationship marketing</i> dengan <i>Customer loyalty</i>	17
2.3. <i>Brand equity</i>	18

2.3.1. Pengertian <i>Brand equity</i>	18
2.3.2. Indikator <i>Brand equity</i>	18
2.3.3. Hubungan <i>Brand equity</i> dengan <i>Customer loyalty</i>	19
2.4. Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu	20
2.5. Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis Penelitian	24
2.5.1 Hubungan <i>Relationship marketing</i> dan <i>Customer loyalty</i>	24
2.5.2 Hubungan <i>Brand equity</i> dan <i>Customer loyalty</i>	24
2.5.2 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Desain Penelitian	28
3.2. Data dan Teknik Pengumpulan	30
3.3. Instrumen Penelitian.....	31
3.4. Teknik Analisis Data	35
3.5. Evaluasi Model Pengukuran(<i>Outer Model</i>).....	37
3.6. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian <i>Coffee Shop Studio148</i>	40
4.1.2. Visi dan Misi.....	41
4.2. Deskripsi Kinerja Variabel	43
4.2.1. Deskripsi Kinerja Variabel <i>Relationship marketing</i> (X1)	43
4.2.2. Deskripsi Kinerja Variabel <i>Brand equity</i> (X2)	46
4.2.3. Deskripsi Kinerja Variabel <i>Customer loyalty</i> (Y)	49
4.3. Evaluasi Model Pengukuran(<i>Outer Model</i>).....	51
4.3.1. Uji Validitas	51
4.4.2. Uji Reliabilitas	56
4.5. Pengujian Struktural Model(<i>Inner Model</i>)	57

4.5.2. Uji Model Fit	57
4.6. Pembahasan Penelitian	60
4.7. Kelemahan Penelitian.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Simpulan.....	65
5.2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar <i>Coffee Shop</i> di Tambun Selatan.....	2
Tabel 1. 2 Pra Survei tentang <i>Customer loyalty</i> Studio148	5
Tabel 1. 3 Pra Survei tentang <i>Relationship marketing</i> Studio148	7
Tabel 1. 4 Pra Survei tentang <i>Brand equity</i> Studio148.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Pengukuran Variabel.....	32
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	43
Tabel 4. 4 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Relationship Maerketing</i> ...	44
Tabel 4. 5 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand equity</i>	46
Tabel 4. 6 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer loyalty</i>	49
Tabel 4. 7 Hasil Nilai Loading Factor/Outer Loading	53
Tabel 4. 8 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	54
Tabel 4. 9 Uji Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>).....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>)	56
Tabel 4. 11 Nilai R-Square (R ²) dari Model Penelitian	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Model Fit	58
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil <i>Confirmatory factor Analysis</i> (CFA) Model Awal.....	52
---	----

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. 1 Pertumbuhan Kopi di Indonesia.....	1
Diagram 1. 2 Pendapatan <i>Coffee Shop</i> Studio148	3

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 Hasil Wawancara Owner <i>Coffee Shop</i> Studio148.....	80
Lampiran 3 Hasil Pra Survei.....	83
Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	84
Lampiran 5 Hasil <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas Variabel</i>	85
Lampiran 6 Hasil <i>Uji Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	86
Lampiran 7 Hasil <i>Uji Koefisien Determinan/R-Square</i> (R ²).....	87
Lampiran 8 Hasil Uji Model Fit.....	87
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis.....	87
Lampiran 10 Hasil Uji <i>Bootstrapping Indirect Effect</i>	88
Lampiran 11 Hasil Data Penelitian.....	88
Lampiran 12 Surat ACC Judul Skripsi.....	113
Lampiran 13 Surat Keputusan Pembimbing Lama.....	114
Lampiran 14 Surat Keputusan Pembimbing Baru.....	115
Lampiran 15 Kartu Seminar Proposal.....	116
Lampiran 17 Lampiran Hasil Uji Turnitin.....	119
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup.....	120

Turnitin

ORIGINALITY REPORT

34%

SIMILARITY INDEX

32%

INTERNET SOURCES

20%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	7%
2	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
3	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
4	Elvi rahmi Elvi, Nora Pitri Nainggolan. "Pengaruh Relationship Marketing, Perceived Quality dan Servicescape Terhadap Loyalitas Pelanggan De' Kampung Cafe", eCo-Buss, 2023 Publication	1%
5	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%
6	repo.undiksha.ac.id Internet Source	1%
7	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
8	journal-nusantara.com Internet Source	