

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KERAGAMAN PRODUK DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA CAFE TITIK SETARA**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Mifta Ade Pratama

NPM: 41183402190009



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KERAGAMAN PRODUK DAN SOCIAL
MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA CAFE TITIK SETARA

Tanggal: 16 Juli 2025

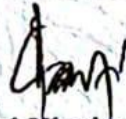
Oleh

Mifta Ade Pratama

NPM : 41183402190009

Disetujui,

Pembimbing



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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



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

Ketua Jurusan Manajemen



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

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KERAGAMAN PRODUK DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA CAFE TITIK SETARA**

Tanggal : 23 juli 2025

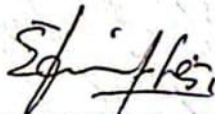
Oleh

Mifta Ade Pratama

Npm : 41183402190009

Diuji Oleh,

Penguji I



Evi Mafriningsianti, S.E., M.M.

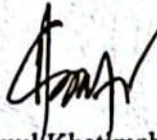
Penguji II



Yunike Berry, S.M.B., M.Sc.

Mengetahui,

Pemimbing



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

Dekan Fakultas Ekonomi



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

Ketua Jurusan Manajemen



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

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mifta Ade Pratama
NPM : 41183402190009
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Café Titik Setara

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi mana pun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari Skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 15 juni 2025

Yang menyatakan



Mifta Ade Pratama

ABSTRAK

Mifta Ade Pratama (41183402190009)

Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk dan *Social Media Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Titik Setara.

xv + 148 halaman + 25 tabel + 2 gambar + 28 lampiran

kata kunci: Kualitas Produk, Keragaman Produk, *Social Media Marketing* dan Loyalitas Konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk dan *Social Media Marketing* Instagram terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Titik Setara. Populasi pada penelitian ini adalah adalah konsumen Cafe Titik Setara yang melakukan pembelian minimal 2 kali.

Metode penelitian yang digunakan diperoleh dari wawancara dan kuesioner dengan pengambilan sampel kepada 100 responden. Analisis data menggunakan uji statistik dan perhitungan dengan analisis regresi linier berganda dihitung menggunakan program *Statistical Product and Service Solution 27* (SPSS 27)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 83,626 dengan tingkat signifikan 0,000 maka H_0 ditolak H_a diterima. Hasil ini menunjukkan kualitas produk, keragaman produk, social media marketing secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selanjutnya hasil dari uji t memperoleh bahwa $X_1 = 2,071$ dengan tingkat signifikan 0,041 lebih kecil dari 0,05 H_0 ditolak H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kemudian variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu $t_{hitung} X_2 = 3,347$ dengan tingkat signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini dibuktikan dari nilai uji t yaitu $t_{hitung} X_3 = 5,011$ dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima. Hasil ini menerangkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruh tersebut dapat diprediksi dengan menggunakan persamaan regresi $Y = 44,233 + 0,300 (X_1) + 0,488 (X_2) + 0,425 (X_3)$ Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,122 yang berarti besarnya pengaruh kualitas produk, keragaman produk dan social media marketing secara bersama-sama mempunyai pengaruh sebesar 71,5% terhadap loyalitas konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Daftar pustaka: 24 (2010-2025)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanrrahim

Assalamuailaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. Atas segala rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk dan *Social Media Marketing* Instagram terhadap Loyalitas Konsumen pada Cafe Titik Setara” dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan kelulusan Sarjana (S-1) Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Penulis sangat menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan serta saran dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan pengarahan dengan sangat baik, memberikan masukan, perhatian serta semangat dalam pembuatan tugas akhir skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomii Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Evi Mafringsianti, S.E., M.M. dan Ibu Yunique Berry , S.M.B., M.Sc. selaku dosen penguji yang sudah memberikan saran dan kritik yang diajukan dalam sidang skripsi
4. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan ilmu serta memfasilitasi penulis selama proses perkuliahan dan pembuatan tugas akhir skripsi.

5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Jaini Afandi dan Ibu Nomih, Serta adik tercinta Resti Irma Agustin dan Refalina Senandung Nine yang selalu memberikan dukungan secara materi, semangat, kasih sayang, dan doa yang tiada henti sampai saat ini.
6. Abyan Hazim dan Muhammad Fadhil Neto selaku pemilik Café Titik Setara yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Titik Setara dan sudah membantu dalam mendapatkan data-data responden selama penyebaran kuesioner.
7. Para responden yang telah meluangkan waktu nya untuk mengisi kuesioner tugas akhir skripsi ini.
8. Kepada Dede Rahmat, Yuni Jayanti, Ayu Farihati Ningrum dan Amelia Damaianti teman seperjuangan yang telah menemani dan menyemangati serta memberikan masukan kepada saya selama menyusun penelitian ini dari awal hingga akhir.
9. Terima Kasih kepada teman seperjuangan skripsi saya, Irfan Ferdiansyah, Muhammad Al-Ghifari, Yusup, dan Muhamad Naufal Difa, yang selalu memberikan semangat satu sama lain dari mulai bimbingan sampai dengan sidang akhir, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Kepada diri sendiri yang telah bekerja keras dari awal sampai akhir dan berhasil mengalahkan rasa malas dan juga ingin menyerah.
Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini mempunyai kekurangan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini.

Maka dari itu, penulis berharap adanya saran dan kritik untuk membangun penyempurnaan tugas akhir skripsi ini. Semoga, tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bekasi, 16 juli 2025

Penulis

Mifta Ade Pratama

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan dan manfaat penelitian.....	15
1.4 Ruang lingkup atau Batasan Masalah	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Kualitas Poduk	18
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk	18
2.1.2 Indikator kualitas produk.....	19
2.2 Keragaman Produk	20
2.2.1 Pengertian Keragaman Produk	20
2.2.2 Indikator Keragaman Produk	21
2.3.1 Pengertian Social Media Marketing	22
2.3.2 Manfaat Social Media Marketing.....	23
2.3.3 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	24

2.3	Loyalitas Konsumen.....	25
2.4.1	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	25
2.4.2	Indikator Loyalitas Konsumen	26
2.4	Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Desain penelitian	39
3.1.1	Metode penelitian yang digunakan.....	39
3.2	Lokasi dan Waktu penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.4	Jenis dan Sumber Data	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1	Instrumen Penelitian.....	42
3.5.2	Variabel Independen	42
3.6	Kualitas Produk (X_1)	42
3.7	Keragaman Produk (X_2)	44
3.8	<i>Social Media Marketing</i> (X_3)	45
3.9	Loyalitas Konsumen (Y)	46
3.10	Teknik Analisis Data.....	48
3.10.1	Uji Validitas.....	48
3.10.2	Uji Reliabilitas	49
3.11	Uji Asumsi Klasik	50
3.11.1	Uji Normalitas	50
3.11.2	Uji Multikolinearitas.....	51
3.11.3	Uji Heteroskedastisitas.....	51

3.12 Uji Hipotesis.....	52
3.12.1 Analisis Regresi Berganda.....	52
3.12.2 Uji Signifikansi Hipotesis (Uji T).....	52
3.12.3 Uji F (Anova).....	53
3.12.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
1.1 Deskripsi Hasil Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Singkat Café Titik Setara.....	55
4.1.2 Visi dan Misi Café Titik Setara	55
4.2 Profil Data Responden.....	55
4.3 Uji Kualitas Data	57
4.3.1 Hasil Uji Validitas	57
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	60
4.4 Deskripsi Variabel	61
4.4.1 Deskripsi Data Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	61
4.4.2 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	63
4.4.3 Deskripsi Data Variabel Keragaman Produk	65
4.4.4 Deskripsi Data Variabel Social Media Marketing	67
4.5 Uji Asumsi Klasik	68
4.5.1 Uji Normalitas	68
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	70
4.5.3 Uji Heteroskedastitas	71
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.7 Analisa Data dan Uji Hipotesis	75

4.7.1 Uji T (Parsial)	75
4.7.2 Uji F (Simultan).....	76
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	80
4.8.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	81
4.8.3 Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen ..	82
4.8.4 Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Konsumen	83
4.9 Kelemahan Penelitian.....	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Menu Coffe Shop	3
Tabel 1.2 Data Pengunjung dan Pembelian Berulang Titik Setara Sep 2024 – Juni 2025	4
Tabel 1.3 Hasil Prasurvei Loyalitas Konsumen	4
Tabel 1.4 Hasil Prasurvei kualitas produk Titik Setara	8
Tabel 1.5 Hasil Prasurvei keragaman produk Cafe Titik Setara.....	11
Tabel 1.6 Instagram Insight Titik Setara	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Skor Jawaban Responden Atas Variabel Loyalitas Konsumen.....	48
Tabel 4.4 Skor Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4.5 Skor Jawaban Responden Atas Variabel Keragaman Produk.....	49
Tabel 4.6 Skor Jawaban Responden Atas Variabel Social Media Marketing	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Keragaman Produk.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen Keragaman Produk.....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolineritas	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastistas	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda	73
Tabel 4.16 Hasil Uji T (Parsial).....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Simultan)	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Kofisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar menu Cafe Titik Setara.....	2
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	89
Lampiran 2 Tabulasi Data Kualitas Produk (X1)	97
Lampiran 3 Tabulasi Data Keragaman Produk (X2)	100
Lampiran 4 Tabulasi Data Social Media Special (X3)	103
Lampiran 5 Tabulasi Data Loyalitas Konsumen (Y)	106
Lampiran 6 Hasil Olah data SPSS Validitas dan Reliabilitas	109
Lampiran 7 R TABEL	113
Lampiran 8 Uji Normalitas	114
Lampiran 9 Uji Multikolineritas	115
Lampiran 10 Uji Heteroskedastisitas	116
Lampiran 11 Uji Regresi	117
Lampiran 12 Uji T	118
Lampiran 13 Uji F	118
Lampiran 14 Uji Koefisien Determinasi	118
Lampiran 15 Tabel Distribusi T	119
Lampiran 16 Tabel Distribusi F	122
Lampiran 17 Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Konsumen	123
Lampiran 18 Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk	126
Lampiran 19 Hasil Kuesioner Variabel Keragaman Produk	129
Lampiran 20 Hasil Kuesioner Variabel Social Media Marketing	132
Lampiran 21 Surat Keputusan Dekan Fakultas	135
Lampiran 22 Kartu Bimbingan Skripsi	136
Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup	137
Lampiran 24 Hasil Turnitin	138
Lampiran 25 Hasil Pra-Survey	139
Lampiran 27 Bukti Wawancara	146
Lampiran 28 Bukti Foto	147