

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA NEMU
COFFEE BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh

Immanuel Stallone Sijabat

232811953

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI

BEKASI, 2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Immanuel Stallone Sijabat
Nomor Induk Mahasiswa : 232811953
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Nemu Coffee Bekasi

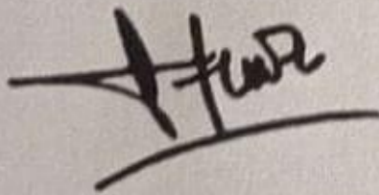
Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen

Bekasi, 9 Agustus 2025

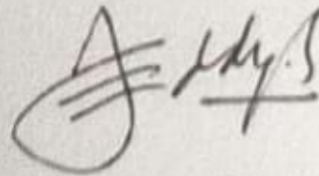
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



(Dr. Sofia Maulida, SE.,MM)
NIDN: 0309027801



(Dr. Eddy Setyanto, S.Sos.,M.Si)
NIDN: 0325107402

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA NEMU
COFFEE BEKASI

Oleh

Immanuel Stallone Sijabat

232811953

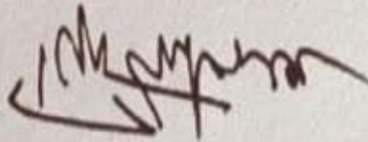
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

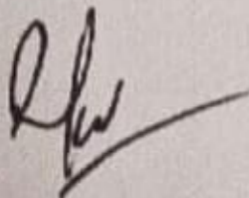
Bekasi, 27 Agustus 2025

Ketua Tim Penguji



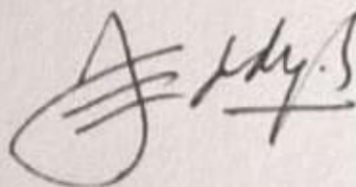
Drs. Tigor Hutapea, ME.
NIDN: 0327096203

Anggota Tim Penguji 1



Irvan FC Oentoeng, SE., MM.
NIDN: 0411118204

Anggota Tim Penguji 2



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si
NIDN: 0325107402

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni tulisan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah peroleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 9 Agustus 2025
Yang Membuat,



Lumanuel Stallone Sijabat
NIM: 232811953

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Immanuel Stallone Sijabat
NIM : 232811953
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada Sekolah **Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan".

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggungkan secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam Karya Ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 9 Agustus 2025
Yang Membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
2EDF2ANX029366314

Immanuel Stallone Sijabat
NIM: 232811953

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Bersama Allah, aku tak gentar - karena tak ada yang lebih besar dari dia
yang memilihku”**

Roma 8 : 31

Kupersembahkan untuk :

Bapaku Risben Sijabat (+) dan Ibuku Romian Mutiara S.Pd

Abangku Landovan Sijabat dan adikku Bennovry Sijabat

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan Nemu Coffee Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Nemu Coffee Bekasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode random sampling. Sampel yang diambil sebanyak 98 responden. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Nemu Coffee Bekasi, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap loyalitas pelanggan Nemu Coffee Bekasi, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi terhadap loyalitas pelanggan Nemu Coffee Bekasi, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk, harga, lokasi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Nemu Coffee Bekasi. Hasil analisis uji koefisien determinasi (R^2) dengan SPSS versi 27, nilai R Square sebesar 0,789 yang berarti bahwa variabel kualitas produk, harga, lokasi berkontribusi sebesar 78,9% dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan dan sisanya 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of product quality, price, and location on customer loyalty at Nemu Coffee Bekasi. The population in this study consists of customers of Nemu Coffee Bekasi. The sampling technique used in this research employs random sampling method. The sample taken consisted of 98 respondents. The analysis used in this research is multiple regression analysis. The results of this research show: (1) there is a positive and significant influence of product quality variable on customer loyalty at Nemu Coffee Bekasi, (2) there is a positive and significant influence of price variable on customer loyalty at Nemu Coffee Bekasi, (3) there is a positive and significant influence of location variable on customer loyalty at Nemu Coffee Bekasi, (4) there is a positive and significant influence between product quality, price, and location variables simultaneously on customer loyalty at Nemu Coffee Bekasi. The results of the coefficient of determination (R^2) test analysis using SPSS version 27 show an R Square value of 0.789, which means that the product quality, price, and location variables contribute 78.9% in influencing customer loyalty, while the remaining 21.1% is influenced by other variables outside this research.

Keywords: Product Quality, Price, Location, and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas berkat, rahmat, dan dan petunjuk-Nya yang tak terhingga selama perjalanan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Nemu Coffee Bekasi”. Dalam kesempatan saya ingin menyampaikan rasa syukur dan penghargaan setinggi-tingginya kepada-Nya. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu bagian dari perjalanan hidup saya dalam mengejar ilmu dan bentuk memenuhi syarat kelulusan Strata Pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi besar dalam proses penelitian ini. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom selaku ketua STIE Tri Bhakti.
2. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM selaku dosen ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
3. Ibu Rizki Oktaviani, SE., MM selaku dosen penasehat akademik yang memberikan arahan dan nasihat selama masa perkuliahan.
4. Bapak Dr. Eddy Setyanto., S.Sos., M.Si selaku Dosen pembimbing terbaik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta masukan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Drs. Tigor Hutapea, ME. Selaku ketua penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta masukan dalam skripsi ini.
6. Bapak Irvan FC Oentoeng, SE., MM. Selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta masukan dalam skripsi ini.
7. Kepada kedua opungku, Op. Paris Sijabat dan Op. Clara Manurng (+). Terima kasih telah mendoakan dan menyemangati penulis ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada ke dua orang tua saya, Risben Sijabat (+) dan Ny. Romian Mutiara, S.Pd. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, mendidik penulis, memberikan dukungan, memberikan kasih sayang dan cintanya hingga penulis bisa menyelesaikan studinya sampai sarjana.
9. Kepada saudaraku yang tak kalah penting kehadirannya abang Landofan Silvester Sijabat dan adik Bennovry Stevanus Sijabat. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.
10. Segenap Bapak/Ibu dosen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, yang telah membimbing penulis selama menempuh pendidikan di STIE Tri Bhakti.
11. Untuk sahabatku, Arini Yuniar, Irene Yuniar, Mario Floryan Lambok Sinaga, S.Pd., Tasya Adinda Stephanie Sihotang, S.H., Yoel Solin, S.H., yang telah menghibur penulis disaat penulis menghadapi kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada saya sendiri, Immanuel Stallone Sijabat karena mampu berusah keras dan terus berjuang sejauh ini, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik mungkin dan semaksimal mungkin, ini merupakan salah satu pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca pada umumnya dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Bekasi, 9 Agustus 2025
Yang Membuat,



Immanuel Stallone Sijabat
NIM: 232811953

DAFTAR ISI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA NEMU COFFEE BEKASI	1
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
12.1 Latar Belakang Masalah	1
12.2 Identifikasi Masalah	7
12.3 Batasan Penelitian.....	7
12.4 Perumusan Masalah.....	8
12.5 Tujuan Penelitian	9
12.6 Manfaat Penelitian	9
12.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.1.1 Definisi Pemasaran	12

2.1.1.2	Definisi Manajemen Pemasaran	13
2.1.1.3	Bauran Pemasaran	14
2.2.1	Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2.1.1	Definisi Loyalitas Pelanggan (Y).....	15
2.2.1.2	Dimensi Loyalitas Pelanggan (Y).....	18
2.2.1.3	Indikator Loyalitas Pelanggan (Y).....	18
2.3.1	Kualitas Produk (X_1)	19
2.3.1.1	Definisi Kualitas Produk (X_1).....	19
2.3.1.2	Faktor yang mempengaruhi kualitas produk	21
2.3.1.3	Dimensi Kualitas Produk (X_1)	21
2.3.1.4	Indikator Kualitas Produk (X_1).....	22
2.4.1	Definisi Harga (X_2).....	23
2.4.1.1	Tujuan Penetapan Harga.....	24
2.4.1.2	Metode Penetapan Harga.....	25
2.4.1.3	Dimensi Harga (X_2)	26
2.4.1.4	Indikator Harga (X_2).....	27
2.5.1	Definisi Lokasi (X_3).....	28
2.5.1.1	Dimensi Lokasi (X_3)	29
2.5.1.2	Indikator lokasi (X_3)	29
2.2	Penelitian Terdahulu	30
2.3	Kerangka Pemikiran	37
2.4	Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1.	Desain	41
3.1.1	Tujuan Penelitian.....	41
3.1.2	Metodelogi Penelitian.....	41
3.1.3	Strategi Penelitian.....	42
3.1.4	Unit Analisis	42
3.1.5	Keterlibatan penelitian.....	42
3.1.6	Latar Penelitian.....	43
3.1.7	Waktu Pelaksanaan.....	43

3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran	44
3.2.1 Variabel Dependen (Terikat)	44
3.2.2 Variabel Independen (Bebas)	45
3.3. Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1 Populasi	49
3.3.2 Sampel	49
3.4. Sumber Data	50
3.4.1 Data Primer.....	50
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5. Teknik Pengumpulan Data	50
3.6. Teknik Analisis Data	51
3.6.1 Uji Analisa Deskriptif Variabel	51
3.6.2 Analisis Kuantitatif	51
3.7. Uji Instrumen Penelitian	52
3.7.1 Uji Validitas.....	52
3.7.2 Uji Reliabilitas	52
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.4 Uji Normalitas	53
3.7.5 Uji Linieritas	53
3.7.6 Uji Multikolinearitas	53
3.7.7 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.7.8 Analisa Regresi Linier Berganda.....	54
3.8. Uji Kelayakan Hipotesis	55
3.8.1 Uji Parsial (Uji t)	55
3.8.2 Uji Simultan (Uji f)	55
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Logo UMKM.....	57
4.1.2 Visi dan Misi UMKM.....	57

4.1.3	Deskripsi UMKM	57
4.2	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Karakteristik Responden	59
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	59
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan usia	60
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
4.2.5	Uji Validitas	61
4.2.5.1	Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	62
4.2.5.2	Uji Validitas Kualitas Produk (X ₁)	63
4.2.5.3	Uji Validitas Harga (X ₂)	65
4.2.5.4	Uji Validitas Lokasi (X ₃)	67
4.2.6	Uji Reliabilitas	68
4.2.6.1	Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	68
4.2.6.2	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X ₁)	69
4.2.6.3	Uji Reliabilitas Variabel Harga (X ₂)	69
4.2.6.4	Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X ₃)	70
4.2.7	Uji Asumsi Klasik	70
4.2.7.1	Uji Normalitas	70
4.2.7.2	Uji Linearitas	71
4.2.7.3	Uji Multikolinieritas	73
4.2.7.4	Uji Heteroskedastisitas	74
4.2.7.5	Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.2.8	Uji Kelayakan Hipotesis	76
4.2.8.1	Uji Parsial (Uji T)	76
4.2.8.2	Uji Simultan (Uji F)	77
4.2.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	78
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.3.1	Pembahasan Hasil Tanggapan Kuesioner	79
4.3.2	Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Simpulan	88
5.2	Saran-Saran	89

5.2.1 Nemu Coffee Bekasi.....	89
5.2.2 Penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan pengukuran Loyalitas Pelanggan (Y)	45
Tabel 3.2 Definisi operasional dan pengukuran variabel Kualitas Produk (X ₁)....	46
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel dan pengukuran Harga (X ₂).....	47
Tabel 3.4 Definisi Operasional variabel dan pengukuran (X ₃) Lokasi	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel 4.4 Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	62
Tabel 4.5 Uji Validitas 98 Responden Instrumen Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	63
Tabel 4.6 Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X ₁)	63
Tabel 4.7 Uji Validitas 98 Responden Instrumen Variabel Kualitas Produk (X ₁)	65
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen Variabel Harga (X ₂).....	65
Tabel 4.9 Uji Validitas 98 Responden Instrumen Variabel Harga (X ₂)	66
Tabel 4.10 Validitas Instrumen Variabel Lokasi (X ₃).....	67
Tabel 4.11 Uji Validitas 98 Responden Instrumen Variabel Lokasi (X ₃)	68
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	69
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X ₁)	69
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Harga (X ₂)	70
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X ₃)	70
Tabel 4.16 Uji Normalitas Data.....	71
Tabel 4.17 Linearitas Data	72
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas Data.....	73
Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas Data.....	74
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.21 Uji T (Uji Parsial Variabel Independen terhadap Dependen).....	76
Tabel 4.22 Uji F (Uji Simultan Variabel Independen terhadap Dependen)	77
Tabel 4.23 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	78
Tabel 4.24 Hasil Tanggapan Kuesioner Loyalitas Pelanggan (Y)	79
Tabel 4.25 Hasil Tanggapan Kuesioner Kualitas Produk (X ₁).....	80
Tabel 4.26 Hasil Tanggapan Kuesioner Harga (X ₂).....	82
Tabel 4.27 Hasil Tanggapan Kuesioner Lokasi (X ₃).....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Generasi Z Mengonsumsi Kopi, Desember 2024.....	2
Gambar 1.2 Rata-rata Konsumsi Per kapita Seminggu Menurut Kelompok Bahan Minuman Per Kabupaten/Kota.....	4

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Konsumsi Kopi Indonesia 2024-2026.....	1
Grafik 1.2 10 Provinsi Dengan Produksi Kopi Tertinggi Tahun 2021.....	3
Grafik 1.3 Penjualan Nemu Coffee 2024 dan 2025.....	4