

**ANALISIS KUALITATIF TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN KEDAI KOPI GAYO MENGGUNAKAN  
METODE *GROUNDED THEORY*  
(Studi Kasus Kedai Kopi di Takengon, Aceh Tengah)**

**TESIS**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Maya Seruni Putri**

**2201021001**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Maya Seruni Putri**

**NIM : 2201021001**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 30 Juli 2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Maya Seruni Putri  
NIM : 2201021001  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Analisis Kualitatif terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Gayo menggunakan Metode *Grounded Theory* (Studi Kasus Kedai Kopi Gayo di Takengon, Aceh Tengah)


**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI


Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, ST, MM

  
(.....)

Penguji 1 : Prima Mulyasari Agustini, S.sos., M.Si., Dr

  
(.....)

Penguji 2 : Gunardi Endro, Ir., M.B.A., M.Hum.,  
M.Soc.Sci., Ph.D.

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Agustus 2022

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua dan keluarga besar saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral dan mendoakan kelancaran Tesis saya.
2. Bapak Dr. Jerry Heikal, ST, MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tesis ini.
3. Bapak Gunardi Endro, Ir., M.B.A., M.Hum., M.Soc.Sci., Ph.D., selaku dosen pembahas proposal dan dosen penguji Tesis yang telah membantu memberikan masukan dalam memperbaiki isi dan penulisan tesis.
4. Ibu Prima Mulyasari Agustini, S.sos., M.Si., Dr., selaku dosen penguji Tesis yang telah membantu memberikan masukan dalam memperbaiki isi dan penulisan Tesis.
5. Dosen-dosen Prodi Magister Manajemen yang pernah mengajar saya selama saya kuliah dan sudah memberikan ilmu pengetahuan, nasihat, dan pengalaman mereka selama saya kuliah.
6. Wildan Ghifarrazi yang selalu mendukung dan membantu proses kelancaran penulisan tesis saya.
7. Seluruh Narasumber di enam kedai kopi di Takengon, Aceh Tengah yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
8. Teman dan kolega yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan Tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 30 Juli 2022



Maya Seruni Putri

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maya Seruni Putri  
NIM : 2201021001  
Program Studi : Magister Manajemen

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS KUALITATIF TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN KEDAI KOPI GAYO MENGGUNAKAN METODE *GROUNDED  
THEORY* (Studi Kasus Kedai Kopi Gayo di Takengon, Aceh Tengah)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non- eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 30 Juli 2022

Yang Menyatakan,



(Maya Seruni Putri)

## ABSTRAK

Penelitian mempelajari tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan sehubungan dengan industry kopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hal-hal yang menjadi konstruk kepuasan dan loyalitas pelanggan kedai kopi Gayo di Takengon, Aceh Tengah. Peneliti menggunakan metode *Grounded Theory*, sebagai alat untuk analisis kualitatif. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pelanggan kedai kopi Gayo, di enam kedai kopi berbeda di Takengon, Aceh Tengah. Analisis yang dilakukan meliputi pengkodean terbuka dari data (*open-coding*) untuk mengidentifikasi kategori dan tema; pengkodean aksial (*axial-coding*) untuk menghubungkan kategori dan tema; dan pengkodean selektif (*selective-coding*) untuk mengidentifikasi tema inti. Hasil temuan memperlihatkan bahwa pelayanan menjadi faktor utama yang mengkonstruksi kepuasan pelanggan, dan interaksi sosial merupakan faktor utama yang menjadi konstruk loyalitas pelanggan kedai kopi Gayo di Takengon, Aceh Tengah.

**Kata kunci:** Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, *Grounded Theory*

## **ABSTRACT**

*This research aims to configure customer satisfaction and loyalty in the coffee industry. This study aims to identify the variables that construct customer satisfaction and loyalty at Gayo coffee shops in Takengon, Central Aceh. This study uses the Grounded Theory method as a tool for qualitative analysis. The author conducted in-depth interviews with coffee shop customers at six different coffee shops in Takengon, Central Aceh. The analysis used included open coding of the data to identify categories and themes; axial coding for linking categories and themes; and selective coding to identify the main theme. The findings show that service is the main factor that constructs customer satisfaction and social interaction is the main factor that constructs customer loyalty at Gayo coffee shops in Takengon, Central Aceh.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Grounded Theory*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	II
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS .....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	5
ABSTRAK .....	6
ABSTRACT .....	7
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>13</b>
1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	13
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	16
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	17
1.4. MANFAAT PENELITIAN .....	17
1.4.1. Manfaat Akademis .....	17
1.4.2. Manfaat Praktis .....	17
1.5. RUANG LINGKUP DAN BATASAN PENELITIAN.....	17
<b>BAB II KERANGKA TEORETIS .....</b>	<b>18</b>
2.1.KONSEP KEPUASAN PELANGGAN .....	18
2.2.KONSEP LOYALITAS PELANGGAN .....	20
2.3.KONSEP INTERAKSI SOSIAL .....	23
2.4.KAJIAN PUSTAKA .....	24
2.5.KERANGKA BERPIKIR.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1.METODE PENELITIAN .....	31
3.1.1.Pendekatan Grounded Theory.....	31
3.1.2.Menentukan konstruk kepuasan dan loyalitas pelanggan kedai kopi Gayo di Takengon, Aceh Tengah. ....	33
3.1.3.Eksplorasi aspek-aspek yang menjadi konstruk kepuasan dan loyalitas pelanggan kedai kopi Gayo di Aceh Tengah .....	33
3.2.TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	34
3.2.POPULASI DAN SAMPEL .....	35
3.2.1.Populasi .....	35
3.2.2.Sampel.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1.HASIL PENELITIAN.....	37
4.1.1. Gambaran Objek Penelitian .....	37



4.1.2. <i>Gambaran Subjek Penelitian</i> .....	37
4.1.3. <i>Triangulasi Penelitian</i> .....	39
4.1.4. <i>Instrumen Wawancara</i> .....	40
4.1.5. <i>Hasil Wawancara Narasumber Pertama di Kedai Kopi Hitam Putih</i> .....	40
4.1.6. <i>Hasil Wawancara Narasumber Kedua di Kedai Kopi</i> .....	41
4.1.7. <i>Hasil Wawancara Narasumber Ketiga di Kedai Kopi Kaheng</i> .....	42
4.1.8. <i>Hasil Wawancara Narasumber Keempat di Kedai Kopi Horas</i> .....	44
4.1.9. <i>Hasil Wawancara Narasumber Kelima di Galeri Kopi Indonesia</i> .....	45
4.1.10. <i>Hasil Wawancara Narasumber Keenam di Kedai Kopi Kenary</i> .....	46
4.1.11. <i>Tahap Open-coding</i> .....	47
4.1.12. <i>Alasan Memilih Satu Kedai Kopi</i> .....	48
4.1.13. <i>Perbedaan Kedai Kopi di Takengon</i> .....	51
4.1.14. <i>Pengalaman Pelanggan di Kedai Kopi</i> .....	55
4.1.15. <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	60
4.1.16. <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	64
4.1.17. <i>Hasil dan Temuan</i> .....	68
4.1.18. <i>Tahap Axial-coding</i> .....	68
4.1.19. <i>Tahap Selective-coding</i> .....	70
4.2. <b>PEMBAHASAN</b> .....	70
4.3. <b>LIMITASI PENELITIAN DAN PENELITIAN LEBIH LANJUT</b> .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	77
5.1. <b>KESIMPULAN</b> .....	77
5.2. <b>SARAN</b> .....	79
5.2.1. <i>Saran bagi Usaha Kedai Kopi di Takengon, Aceh Tengah</i> .....	79
5.2.2. <i>Saran Akademis</i> .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	80

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL 2.1. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>24</b>
<b>TABEL 4.1. DAFTAR KEDAI KOPI DI TAKENONG, ACEH TENGAH .....</b>	<b>37</b>
<b>TABEL 4.2. HASIL WAWANCARA DENGAN NARASUMBER PERTAMA DI KEDAI KOPI HITAM PUTIH .....</b>	<b>41</b>
<b>TABEL 4.3. HASIL WAWANCARA DENGAN NARASUMBER KEDUA DI DATU KOPI.....</b>	<b>42</b>
<b>TABEL 4.4. HASIL WAWANCARA DENGAN NARASUMBER KETIGA DI KEDAI KOPI KAHENG ....</b>	<b>43</b>
<b>TABEL 4.5. HASIL WAWANCARA DENGAN NARASUMBER KEEMPAT DI KEDAI KOPI HORAS....</b>	<b>44</b>
<b>TABEL 4.6. HASIL WAWANCARA DENGAN NARASUMBER KELIMA DI GALERI KOPI INDONESIA .....</b>	<b>45</b>
<b>TABEL 4.7. HASIL WAWANCARA DENGAN NARASUMBER KEENAM DI KEDAI KOPI KENARY ...</b>	<b>46</b>
<b>TABEL 4.8. TABEL OPEN-CODING ALASAN MEMILIH SATU KEDAI KOPI.....</b>	<b>49</b>
<b>TABEL 4.9. PENGELOMPOKAN CODE, CATEGORY, DAN THEME ALASAN MEMILIH SATU KEDAI KOPI .....</b>	<b>49</b>
<b>TABEL 4.10. TABEL OPEN-CODING PERBEDAAN KEDAI KOPI DI TAKENONG .....</b>	<b>51</b>
<b>TABEL 4.11. PENGELOMPOKAN CODE, CATEGORY, DAN THEME PERBEDAAN KEDAI KOPI DI TAKENONG .....</b>	<b>53</b>
<b>TABEL 4.12. TABEL OPEN-CODING PENGALAMAN PELANGGAN DI KEDAI KOPI.....</b>	<b>55</b>
<b>TABEL 4.13. PENGELOMPOKAN CODE, CATEGORY, DAN THEME PENGALAMAN PELANGGAN DI KEDAI KOPI.....</b>	<b>57</b>
<b>TABEL 4.14. TABEL OPEN-CODING TANGGAPAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DI KEDAI KOPI.....</b>	<b>60</b>
<b>TABEL 4.15. PENGELOMPOKAN CODE, CATEGORY, DAN THEME TANGGAPAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DI KEDAI KOPI.....</b>	<b>61</b>
<b>TABEL 4.16. TABEL OPEN-CODING ALASAN PELANGGAN SETIA DI SEBUAH KEDAI KOPI .....</b>	<b>64</b>
<b>TABEL 4.17. PENGELOMPOKAN CODE, CATEGORY, DAN THEME ALASAN PELANGGAN SETIA DI SEBUAH KEDAI KOPI .....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR 2.1. KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>30</b>
---	-----------

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1. Pie chart themes - alasan memilih satu kedai kopi .....	49
Diagram 4.2. Pie chart themes perbezaan kedai kopi di Takengon .....	54
Diagram 4.3. Pie chart themes pengalaman pelanggan di kedai kopi.....	58
Diagram 4.4. Pie chart themes tanggapan pelanggan terhadap pelayanan di kedai kopi.....	62
Diagram 4.5. Pie chart themes alasan pelanggan setia di sebuah kedai kopi.....	65