

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI *PAYDAY*, PERSEPSI  
HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN KOPI KENANGAN**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen**



**RISMA YANTI DAULAY**

**NIM 2221021019**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**


**2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**Nama : Risma Yanti Daulay**

**NIM : 2221021019**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 3 Oktober 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Risma Yanti Daulay  
NIM : 2221021019  
Program Studi : Magister Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Thesis : Analisis Pengaruh Promosi Payday, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.

  
(.....)

Penguji I : Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD

  
Muchsin  
(.....)

Penguji II : Dr. Jerry Heikal, ST., MM

  
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 3 Oktober 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Magister Manajemen di Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan tesis ini, akan sangat sulit untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga tercinta, yang dengan penuh kasih sayang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan motivasi selama proses perkuliahan.
2. Bapak Arif Suharko, Ph.D, selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen, yang telah memfasilitasi penulis selama menimba ilmu di Magister Manajemen Universitas Bakrie.
3. Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing tesis penulis. Terima kasih atas bimbingan dan bantuan yang tak ternilai. Semoga Ibu dan keluarga selalu diberkahi kesehatan, kebahagiaan, dan rezeki yang melimpah dari Allah s.w.t.
4. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD dan Dr. Jerry Heikal, ST., MM selaku Penguji. Terima kasih atas ilmu dan masukan yang diberikan. Semoga ilmu ini bermanfaat bagi penulis.
5. Hekmatiar terkasih yang selalu membantu, menemani dan mensupport penulis hingga penelitian ini selesai.
6. Responden dari Kopi Kenangan cabang Pluit Village Mall yang bersedia meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner guna memperoleh data penelitian ini.
7. Seluruh dosen Magister Manajemen Universitas Bakrie yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang sangat berharga selama perkuliahan.

8. Pihak-pihak lainnya yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat dalam proses penyelesaian tesis ini.

Penulis berharap apa yang tertulis dalam tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkan. Penulis juga menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, sehingga segala kritik dan saran sangat diharapkan.

Jakarta, 3 Oktober 2024



**Risma Yanti Daulay**  
NIM 2221021019

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Risma Yanti Daulay  
NIM : 2221021019  
Program Studi : Magister Manajemen  
Jenis Tesis : Kuantitatif

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 Pengaruh Promosi Payday, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan”**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 3 Oktober 2024

Yang menyatakan



(Risma Yanti Daulay)

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI *PAYDAY*, PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**KOPI KENANGAN**

Risma Yanti Daulay

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi *payday*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Kenangan cabang Pluit Village Mall. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada persaingan yang semakin ketat di industri kopi, khususnya dalam menarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Kopi Kenangan, sebagai salah satu brand kopi lokal yang berkembang pesat, menggunakan berbagai strategi promosi, termasuk promosi *payday*, untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Masalah utama yang dihadapi adalah seberapa besar pengaruh dari promosi *payday*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah survey kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 144 responden yang merupakan pelanggan Kopi Kenangan. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS) untuk menganalisis hubungan antara variabel independen (promosi *payday*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (loyalitas pelanggan). Pengujian dilakukan untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrumen penelitian serta signifikansi hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi *payday*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari ketiga variabel, kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi promosi yang efektif, harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang dirasakan pelanggan, serta layanan yang berkualitas merupakan faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Kopi Kenangan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan cara memperkuat promosi *payday* yang lebih terarah, menjaga kualitas layanan, serta memastikan bahwa persepsi harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi manajemen Kopi Kenangan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

**Kata kunci:** Promosi *Payday*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kopi Kenangan.

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PAYDAY PROMOTIONS, PRICE PERCEPTION, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AT KOPI KENANGAN**

Risma Yanti Daulay

---

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the influence of payday promotions, price perception, and service quality on customer loyalty at Kopi Kenangan, Pluit Village Mall branch. The background of this research is rooted in the increasingly fierce competition in the coffee industry, particularly in attracting and retaining customer loyalty. Kopi Kenangan, as one of the rapidly growing local coffee brands, employs various promotional strategies, including payday promotions, to maintain market share and enhance customer loyalty. The primary issue addressed is the extent to which payday promotions, price perception, and service quality influence customer loyalty. The research method used is a quantitative survey, distributing questionnaires to 144 respondents who are customers of Kopi Kenangan. Data analysis was performed using the Partial Least Square (PLS) method to examine the relationships between the independent variables (payday promotions, price perception, and service quality) and the dependent variable (customer loyalty). The tests were conducted to assess the validity and reliability of the research instruments and the significance of the relationships between the variables. The results of the study show that payday promotions, price perception, and service quality have a positive and significant impact on customer loyalty. Among these variables, service quality has the most dominant influence on increasing customer loyalty. These findings indicate that effective promotional strategies, competitive and perceived fair pricing, and high-quality service are key factors in retaining and enhancing customer loyalty. The conclusion of this study is that Kopi Kenangan can improve customer loyalty by strengthening more targeted payday promotions, maintaining high service quality, and ensuring that price perceptions align with the quality of the products offered. This research provides practical contributions to Kopi Kenangan's management in designing more effective marketing strategies.

**Keywords:** Payday Promotions, Price Perception, Service Quality, Customer Loyalty, Kopi Kenangan.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Tujuan .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Manfaat .....</b>	<b>7</b>
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Sejarah Kopi Kenangan .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Deskripsi Industri.....</b>	<b>11</b>
<b>2.3 Deskripsi Pelanggan.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Kompetitor Kopi Kenangan.....</b>	<b>15</b>
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS ..</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Definisi Konsep.....</b>	<b>19</b>
3.1.1 Promosi Payday.....	19
3.1.1.1 Definisi Promosi dan Promosi Payday.....	19
3.1.1.2 Tujuan Promosi .....	22
3.1.1.3 Unsur - Unsur Bauran Promosi.....	24
3.1.1.4 Indikator Promosi.....	25
3.1.2 Persepsi Harga.....	27
3.1.2.1 Definisi Persepsi Harga.....	27
3.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga .....	29
3.1.2.3 Indikator Persepsi Harga.....	30
3.1.3 Kualitas Pelayanan.....	31
3.1.3.1 Definisi Pelayanan .....	31

3.1.3.2 Definisi Kualitas Pelayanan .....	32
3.1.3.3 Unsur - Unsur Kualitas Pelayanan .....	33
3.1.4 Loyalitas Pelanggan .....	39
3.1.4.1 Definisi Loyalitas Pelanggan .....	39
3.1.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	41
3.1.4.3 Pengukuran Loyalitas Pelanggan .....	42
3.1.4.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	43
3.1.4.5 Faktor-Faktor Lain yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	44
<b>3.2 Telaah Teori yang Relevan.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3 Kerangka Pikiran.....</b>	<b>57</b>
<b>3.4 Hipotesis.....</b>	<b>58</b>
<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>
<b>4.1 Obyek Studi .....</b>	<b>59</b>
<b>4.2 Metode yang digunakan .....</b>	<b>60</b>
<b>4.3 Teknik Sampling .....</b>	<b>60</b>
<b>4.4 Operasionalisasi Variabel.....</b>	<b>62</b>
<b>4.5 Instrumen Penelitian.....</b>	<b>66</b>
4.5.1 Outer Model .....	66
4.5.1.1 Uji Validitas .....	66
4.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	67
4.5.2 Inner Model.....	68
4.5.3 Uji Hipotesis.....	69
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
<b>5.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>70</b>
5.1.1 Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Reliabilitas) .....	70
5.1.2 Kriteria Responden.....	72
5.1.3 Hasil Pengujian Outer Model.....	75
5.1.3.1 Hasil Uji Validitas <i>Convergent</i> .....	75
5.1.3.2 Hasil Uji Validitas <i>Discriminant</i> .....	77
5.1.3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	78
5.1.4 Hasil Pengujian Inner Model .....	79
5.1.4.1 Hasil Pengujian VIF .....	79
5.1.4.2 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> .....	80
5.1.4.3 Hasil Pengujian <i>f-Square</i> .....	80
5.1.4.4 Hasil Pengujian <i>R-Square</i> .....	81
5.1.4.5 Hasil Pengujian <i>Q-Square</i> .....	82
5.1.4.6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	82
<b>5.2 Pembahasan.....</b>	<b>83</b>
5.2.1 Pengaruh Promosi <i>Payday</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
5.2.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86

5.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	88
5.2.4 Pengaruh Lain yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	90
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>94</b>
<b>6.1 Kesimpulan.....</b>	<b>94</b>
<b>6.2 Saran.....</b>	<b>95</b>
<b>6.3 Kendala dan Keterbatasan.....</b>	<b>95</b>
<b>6.4 Implikasi.....</b>	<b>96</b>
6.4.1 Implikasi Teoritis .....	96
6.4.2 Implikasi Praktis.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.2	Hasil Survey Kedai Kopi Kesukaan Responden.....	2
Gambar 2.1	Logo Brand (Sumber: kopikenangan.com).....	8
Gambar 2.2	Logo Kopi Janji Jiwa (Sumber: jiwagroup.com) .....	15
Gambar 2.3	Logo Tomoro Coffee (tomoro-coffee.id).....	15
Gambar 2.4	Logo Tuku Coffee (Sumber: instagram tokokopituku).....	16
Gambar 2.5	Logo Point Coffee (pointcoffee.id).....	16
Gambar 2.6	Logo Fore Coffee (Sumber: fore.coffee).....	16
Gambar 2.7	Logo Starbucks Coffee (Sumber: creative.starbucks.com).....	17
Gambar 2.8	Logo Maxx Coffee (Sumber: maxx-coffee.com).....	17
Gambar 2.9	Logo Excelso Coffee (Sumber: excelso-coffee.com).....	18
Gambar 3.1	Dimensi Kualitas Pelayanan (Parasuraman et al, 1985).....	34
Gambar 3.2	Kerangka Pikiran.....	58
Gambar 5.1	Paradigma Penelitian.....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Penelitian Terdahulu .....	47
Tabel 4.1	Operasional Variabel.....	63
Tabel 5.1	Hasil Pengujian Validitas <i>Convergent</i> .....	70
Tabel 5.2	Hasil Pengujian Validitas <i>Discriminant</i> .....	71
Tabel 5.3	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	71
Tabel 5.4	Data Responden Berdasarkan Rukun Warga (RW).....	72
Tabel 5.5	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 5.6	Data Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 5.7	Data Responden Berdasarkan Pendidikan .....	73
Tabel 5.8	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Bertransaksi.....	74
Tabel 5.9	Data Responden Berdasarkan Metode Pembayaran Pelanggan.....	74
Tabel 5.10	Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i> .....	75
Tabel 5.11	Hasil Pengujian AVE.....	77
Tabel 5.12	Hasil Pengujian HTMT.....	77
Tabel 5.13	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	78
Tabel 5.14	Hasil Pengujian VIF.....	79
Tabel 5.15	Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> .....	80
Tabel 5.16	Hasil Pengujian <i>f-Square</i> .....	80
Tabel 5.17	Hasil Pengujian <i>R-Square</i> .....	81
Tabel 5.18	Hasil Pengujian <i>Q-Square</i> .....	82
Tabel 5.19	Hasil Pengujian Hipotesis .....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2	Penyebaran Angket Penelitian.....	111
Lampiran 3	Tabulasi Penelitian.....	112
Lampiran 4	Hasil Pengolahan Data PLS-SEM.....	115