

**ANALISIS BINARY TERHADAP DETERMINAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA INDUSTRI COFFEE SHOP
(Studi Kasus Senusa Coffee Jakarta)**

TESIS

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



MUHAMAD ISMAIL

2211001022

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhamad Ismail

NIM : 2211001022

Tanda Tangan :



Tanggal : 4 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Muhamad Ismail

NIM : 2211001022

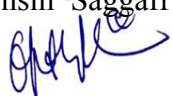
Program Studi : Magister Manajemen

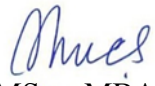
Judul Tesis : Analisis Binary Terhadap Determinan Loyalitas Pelanggan
Pada Industri Coffee Shop (Studi Kasus Senusa Coffee)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, ST, MM (.....) 

Penguji : Prof. Muchsin Saggaff Shihab , SE., MSc, MBA.,
PhD(.....) 

Penguji : Ovalia, S.Pd, M.Si, PhD (.....) 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 10 September 2025

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis 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 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) Dr. Jerry Heikal, ST, MM , selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Senusa Coffee yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 3) Keluarga besar Soeproyo terutama ibu Latien Lauma, Thitie Griesse, Yani Takarianti yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 4) Teman-teman seperjuangan MM Universitas Bakrie batch 16 yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi 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, 4 September 2025



Muhamad Ismail

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muhamad Ismail

NIM : 2211001022

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Kuantitatif

demikian 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 Binary Terhadap Determinan Loyalitas Pelanggan Pada Industri Coffee Shop (Studi Kasus Senusa Coffee)

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : 4 September 2025

Yang Menyatakan



Muhamad Ismail

Analisis Binary terhadap Determinan Loyalitas Pelanggan pada Industri Coffee Shop (Studi Kasus Senusa Coffee)

Muhamad Ismail

ABSTRAK

Pertumbuhan industri coffee shop di Indonesia yang sangat pesat memunculkan persaingan ketat antar pelaku usaha. Keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menarik pelanggan baru, tetapi juga oleh upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan tempat) terhadap loyalitas pelanggan pada Senusa Coffee Jakarta.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan analisis regresi logistik biner. Data primer diperoleh melalui kuesioner dengan teknik probability sampling (simple random sampling) sebanyak 122 responden. Instrumen diukur menggunakan skala semantik diferensial 1–7. Analisis meliputi uji validitas, reliabilitas, kelayakan model, serta uji signifikansi simultan dan parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel promosi yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun dengan arah negatif. Hal ini berarti intensitas promosi yang dilakukan Senusa Coffee justru menurunkan kecenderungan loyalitas pelanggan. Variabel produk, harga, dan tempat tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini memperlihatkan bahwa loyalitas konsumen lebih dipengaruhi oleh faktor non-4P, seperti kualitas pelayanan atau brand image yang tidak diteliti dalam model. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur bahwa tidak semua elemen bauran pemasaran konsisten berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan coffee shop. Secara praktis, hasil penelitian memberikan masukan bagi manajemen Senusa Coffee untuk melakukan evaluasi strategi promosi dan memperkuat kualitas pengalaman konsumen.

Kata kunci: *Loyalitas pelanggan, coffee shop, bauran pemasaran, regresi logistik biner, Senusa Coffee.*

**Binary Analysis of the Determinants of Customer Loyalty in the Coffee Shop
Industry (A Case Study of Senusa Coffee)**

Muhamad Ismail

ABSTRACT

The rapid growth of Indonesia's coffee shop industry has intensified competition among businesses. Success in this sector depends not only on attracting new customers but also on retaining their loyalty. This study aims to analyze the effect of the marketing mix (product, price, promotion, and place) on customer loyalty at Senusa Coffee Jakarta. The research employed an explanatory quantitative approach with binary logistic regression analysis. Primary data were collected through questionnaires distributed to 122 respondents using a simple random sampling technique. All indicators were measured on a 1–7 semantic differential scale. Data analysis included validity and reliability tests, model fit tests, and both simultaneous and partial significance tests. The results reveal that only promotion significantly influences customer loyalty, but with a negative direction. This indicates that Senusa Coffee's promotional strategies tend to reduce rather than enhance customer loyalty. Meanwhile, product, price, and place show no significant effect. These findings suggest that customer loyalty may be shaped more strongly by non-marketing mix factors such as service quality or brand image, which were not included in the model. Theoretically, this study enriches the literature by showing that not all marketing mix elements consistently influence loyalty in the coffee shop industry. Practically, it provides managerial insights for Senusa Coffee to reassess its promotional strategies and focus on strengthening the overall customer experience.

Keywords: Customer loyalty, coffee shop, marketing mix, binary logistic regression, Senusa Coffee.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori	7
2.1 Kajian Teori	7
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	7
2.1.2 Produk (Product)	9
2.1.3 Harga (Price)	12
2.1.4 Promosi (Promotion)	15
2.1.5 Tempat (Place)	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	29
BAB III METODELOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	31

3.2	Populasi dan Sampel	31
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel	31
3.3	Teknik dan Pengumpulan Data	32
3.4	Devinisi Operational Variabel	33
3.5	Teknik Analisis Data	34
3.5.1	Statistik Deskriptif	34
3.5.2	Uji Instrumen	34
3.5.3	Analisis Regresi Logistik Biner	36
BAB IV	Hasil dan Pembahasan	38
4.1	Uji Instrumen Penelitian	38
4.1.1	Statistik Deskriptif	38
4.2	Gambaran Umum Responden (Persentase)	39
4.2.1	Jenis Kelamin	39
4.2.2	Usia	39
4.2.3	Pendidikan / Pekerjaan	39
4.2.4	Frekuensi Kunjungan	40
4.3	Uji Instrumen	40
4.3.1	Uji Validitas	40
4.3.2	Uji Reliabilitas	42
4.4	Uji Regresi Logistik Biner	44
4.4.1	Uji Signifikansi	46
BAB V	Kesimpulan dan Saran	47
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran	48
5.2.1	Bagi Manajemen Senusa Coffee	48
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	48
	Daftar Pustaka	49
	Lampiran	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 29

Tabel 3. 1 Variabel Operational 34

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin 39

Tabel 4. 2 Usia 39

Tabel 4. 3 Pekerjaan 40

Tabel 4. 4 Frekuensi Kunjungan 40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Senusa Coffee	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3. 1 Uji Vaiditas	35
Gambar 3. 2 Uji Reliabilitas	35
Gambar 3. 3 Analisis Regresi Biner	36
Gambar 3. 4 Hosmer & Lemeshow Goodness of Fit Test	36
Gambar 3. 5 Uji Simultan	37
Gambar 4. 1 Analisis Deskriptif	38
Gambar 4. 2 Hasil KMO	41
Gambar 4. 3 Uji Bartlett's	41
Gambar 4. 4 Cronbach's Alpha Produk	42
Gambar 4. 5 Cronbach's Alpha Harga	43
Gambar 4. 6 Cronbach's Alpha Promosi	43
Gambar 4. 7 Cronbach's Alpha Tempat	44
Gambar 4. 8 Omnibus Test	45
Gambar 4. 9 Hasil Uji Logistik Biner	46

