

Analisis Pengaruh Terhadap *Customer Experience* dalam
Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Bisnis
Kuliner (Studi Kasus Kopi Nako Summarecon Bekasi)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



Muhammad Febryan Hezkia

(1191001058)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

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

Nama: Muhammad Febryan Hezkia

NIM :1191001058

Tanda Tangan :



Tanggal : 17 Mei 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Febryan Hezkia
NIM 1191001058
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh terhadap
Customer Experience dalam meningkatkan
kepuasan dan loyalitas Konsumen pada Bisnis
Kuliner (Studi Kasus Kopi Nako Summarecon
Bekasi)

Telah berhasil menyelesaikan revisi tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta S.Pd., M.M



Pembahas 1: Dominica A. Widyastuti, SE., MM



Pembahas 2: Dr. Ananda Fortunisa, SE., MSi



Ditetapkan di Jakarta Tanggal (diisi tanggal persetujuan)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Customer Experience Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bisnis Kuliner Berkonsep Inovatif” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

Holila Hatta, S.Pd., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan dengan sabar dan penuh perhatian.

Bapak Prof. M. Taufik Amir, S.E., M.M., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa studi.

Fadhillah, Quin dan Qiyana selaku adik dan kakak penulis. Tidak ada yang lebih berarti dari dukungan keluarga sendiri. Terima kasih telah selalu ada dan bersedia mendukung penulis, juga sebagai pemberi peringatan jika penulis hilang arah. Terima kasih telah menjadi orang Universitas Bakrie pertama yang bersedia menemani penulis saat suka maupun duka. Terima kasih atas segala dukungan dan perayaan yang diberikan kepada selama proses penyelesaian studi ini.

Riza, Iqbal, Rani, Firdaus, dan Ade yang telah membantu peneliti dalam menyusun Tugas akhir dengan sebaik-baiknya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Bekasi, 4 Mei 2026

Muhammad Febryan Hezkia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademika Universitas Bakrie, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Muhammad Febryan Hezkia
NIM: 1191001058
Program Studi: Manajemen
Fakultas: Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir: Skripsi

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

“Analisis Pengaruh terhadap *Customer Experience* dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Bisnis Kuliner

(Studi Kasus Kopi Nako Summarecon Bekasi)”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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: Bekasi

Pada Tanggal: 4 September 2026

Yang Menyatakan



Muhammad Febryan Hezkia

Analisis Pengaruh Terhadap *Customer Experience* Dalam
Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Bisnis Kuliner
(Studi Kasus Kopi Nako Summarecon Bekasi)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Customer Experience* (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pada Kopi Nako Summarecon Bekasi, baik secara parsial maupun simultan. Latar belakang penelitian didasari oleh ketidakkonsistenan kualitas pelayanan di tengah tingginya ekspektasi konsumen bisnis kuliner. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden konsumen yang dipilih melalui teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda berbantuan software SPSS versi 26. Hasil analisis menunjukkan persamaan regresi $Y = 0,394 + 0,587X_1 + 0,280X_2 + e$. Secara parsial, *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (t hitung = 5,309; Sig. = 0,000), begitu pula Kepuasan Pelanggan (t hitung = 2,739; Sig. = 0,007). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (F hitung = 55,913; Sig. = 0,000). Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,526 membuktikan bahwa kedua variabel independen menjelaskan 52,6% variasi loyalitas konsumen, dengan *Customer Experience* sebagai determinan paling dominan. Manajemen Kopi Nako perlu mempertahankan keunikan konsep serta memperkuat konsistensi pelayanan staf guna memelihara loyalitas konsumen.

Kata kunci: *customer experience*, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, bisnis kuliner, analisis regresi

ANALYSIS OF THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE IN
INCREASING CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY
IN CULINARY BUSINESS

(A CASE STUDY OF KOPI NAKO SUMMARECON BEKASI)

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Customer Experience (X_1) and Customer Satisfaction (X_2) on Customer Loyalty (Y) at Kopi Nako Summarecon Bekasi, both partially and simultaneously. The research is driven by service quality inconsistencies amid rising culinary consumer expectations. This study employed a quantitative approach by administering questionnaires to 100 consumers selected via probability sampling using simple random sampling. Multiple linear regression analysis was performed using SPSS version 26. The results yielded the regression equation $Y = 0.394 + 0.587X_1 + 0.280X_2 + e$. Partially, Customer Experience has a positive and significant effect on Customer Loyalty (t -value = 5.309; Sig. = 0.000), as does Customer Satisfaction (t -value = 2.739; Sig. = 0.007). Simultaneously, both variables significantly influence Customer Loyalty (F -value = 55.913; Sig. = 0.000). The Adjusted R Square value of 0.526 confirms that the independent variables explain 52.6% of the variance in customer loyalty, with Customer Experience being the most dominant determinant. Management must maintain spatial concept distinctiveness and enhance staff service consistency to sustain customer loyalty.

Keywords: customer experience, customer satisfaction, customer loyalty, culinary business, regression analysis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Customer Experience</i>	9
2.1.1 Dimensi Customer Experience	10
2.1.2 Indikator Customer Experience	11
2.2 Kepuasan Pelanggan	11
2.2.1 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan.....	12
2.3 Loyalitas Konsumen dan Kaitannya dengan Pengalaman Pelanggan	13
2.3.1 Konsep Loyalitas Konsumen	13
2.3.2 Dimensi Loyalitas Konsumen	13
2.3.3 Indikator Loyalitas Konsumen (Kuantitatif)	14
2.3.4 Hubungan <i>Customer Experience</i> dengan Loyalitas Konsumen	14
2.3.5 Tujuan Membangun Loyalitas Konsumen	16
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	17
2.6 Kerangka Hipotesis	18
2.7 Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Tujuan Penelitian Deskriptif Kuantitatif	19
3.2.1 Karakteristik Penelitian Deskriptif Kuantitatif	19
3.2.2 Variabel yang Digunakan dalam Penelitian Deskriptif Kuantitatif	20
3.2.3 Populasi Penelitian	20
3.2.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.2.5 Kriteria Responden.....	21
3.2.6 Penyebaran Kuesioner.....	22
3.3 Tabel Operasionalisasi Variabel.....	23

3.4 Lokasi dan Subjek Penelitian	25
3.5 Penyebaran Kuesioner	25
3.6 ampel Penelitian	25
3.7 Teknik Analisis Data	26
3.8 Uji Keabsahan Data.....	27
3.8.1 Uji Validitas.....	27
3.8.2 Uji Kuesioner.....	28
3.8.3 Uji Reliabilitas	28
3.9 Uji asumsi klasik	29
3.9.1 Uji Normalitas	29
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	29
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	29
3.10 Regresi Linear Berganda	29
3.11 Uji Hipotesis.....	30
3.11.1 Uji t (Parsial).....	30
3.11.2 Uji F (Simultan).....	31
3.11.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1 Profil Kopi Nako Summarecon Bekasi	32
4.1.2 Lokasi Penelitian	32
4.1.3 Karakteristik Usaha	32
4.1.4 Kaitan Objek Penelitian dengan Variabel Penelitian.....	32
4.2 Karakteristik Responden	33
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	35
4.2.5 Kesimpulan Karakteristik Responden	35
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	36
4.4 Uji Validitas	37
4.4.1 Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i> (X1).....	37
4.4.2 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)	38
4.4.3 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	39
4.5 Uji Reliabilitas	40
4.6 Uji Asumsi Klasik.....	41
4.6.1 Uji Normalitas	41
4.6.2 Uji Multikolinearitas	42
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	42
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
4.8 Uji Hipotesis	44
4.8.1 Uji t (Uji Parsial).....	45
4.8.2 Uji F (Uji Simultan).....	45
4.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.9 Pembahasan	46
4.9.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Konsumen	46
4.9.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen.....	47

4.9.3 Pengaruh Customer Experience dan Kepuasan Pelanggan secara Simultan terhadap Loyalitas Konsumen.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kopi Nako Summarecon Bekasi	1
Gambar 1.2 Sumber: Google Reviews, diakses 3 September 2026	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4.1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	41
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Google Review	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Customer Experience (X1).....	24
Tabel 3.2 Kepuasan Pelanggan (X2).....	24
Tabel 3.3 Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	35
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Customer Experience (X1).....	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X2).....	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	43
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial)	45
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)	46
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	46