

**PENGARUH KEPERIBADIAN DAN KESESUAIAN TERHADAP LOYALITAS
MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN *COFFEE*
SHOP JANJI JIWA DI YOGYAKARTA**

*(The Effect of Personality and Suitability on Brand Loyalty trough Customer Satisfaction
at janji Jiwa Coffee Shop in Yogyakarta)*



DISUSUN OLEH :

RARAS TARASARI (20180410179)

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Raras Tarasari

Nomor Mahasiswa : 20180410179

Menyatakan bahwa saya membuat skripsi ini yang berjudul “(PENGARUH KEPRIBADIAN DAN KESESUAIAN TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN *COFFE SHOP* JANJI JIWA DI YOGYAKARTA)”. Dalam skripsi saya tidak terdapat karya, ide, dan pendapat orang lain, terkecuali tertulis dengan jelas pada referensi yang dicantumkan dalam skripsi dengan disebutkan nama dan dicantumkan pula pada daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Maret 2023



Raras Tarasari

PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi dibawah ini mungkin bukan apa-apa tanpa inspirasi, dorongan, dan dukungan yang sudah diberikan kepada saya, berikut ini adalah orang-orang yang saya sayangi:

1. Orang tua saya Bapak Ambar Sriono dan Ibu Suwarmiatun, dan kakak saya Grahan Kanumukti. Terima kasih yang sebesar besarnya sudah mensupport saya dan mendoakan kebaikan untuk saya.
2. Seluruh keluarga besar yang sudah menginspirasi semangat saya.
3. Dosen pembimbing skripsi Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA yang sudah meluangkan waktunya dan kesabarannya untuk membimbing saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Terima kasih untuk Hanan As'ad Bayuaji sudah mendukung saya.
5. Teman dan sahabat saya yang sudah mendukung saya. Terima kasih

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena anugerah-Nya sehingga bisa merampungkan skripsi yang bertujuan memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Di kesempatan ini penulis akan menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen.
3. Muhammad Miftahun Nadzir, BABA., MBA dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberi arahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen dan karyawan di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas segala bantuannya.
5. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, atas segala bantuan dan waktunya.
6. Semua pihak telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saran, masukan, dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat untuk para pembaca di dalam disiplin ilmu manajemen pemasaran.

Yogyakarta, 11 April 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Raras Tarasari', written in a cursive style.

Raras Tarasari

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Kepribadian	9
2. Kesesuaian	11
3. Loyalitas Merek	12
4. Kepuasan Pelanggan.....	13
B. Penelitian Terdahulu.....	14
C. Hubungan Antar Variabel.....	20
D. Model Penelitian	25
METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan Penelitian	27
B Subjek dan Objek Penelitian	27
C. Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian	28
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	30
E. Definisi Operasional Variabel.....	31

F. Pengujian Kualitas Instrumen	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	33
G. Metode Analisis Data.....	34
BAB IV	41
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Analisis.....	41
1. Deskripsi Responden	41
2. Uji Kualitas Instrumen	42
B. Statistik Deskriptif	44
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	47
D. Pembahasan	60
BAB V	67
KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan	67
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index 2021 Katagori Kedai Kopi.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Skala Likert.....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional	31
Tabel 3.3 Kriteria Good of Fit.....	38
Tabel 4.1 Distribusi berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel 4.2 Distribusi Responden berdasarkan usia responden	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kepribadian.....	44
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kessuaian.....	44
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	45
Tabel 4.8 Statistik Deskriptid Variabel Loyalitas Merek.....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.10 Hail Pengujian Outliers	50
Tabel 4.11 Identifikasi Model Struktural	51
Tabel 4.12 Menilai Goodness of Fit.....	51
Tabel 4.13 Hubungan Antar Variabel	54
Tabel 4.14 Standardized Direct Effect (Group number 1 - Default model).....	57
Tabel 4.15 Standardized Indirect Effect (Group number 1 -Default model).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	26
Gambar 4.1 Persamaan Struktural	47
Gambar 4.2 Persamaan Struktural	47
Gambar 4.3 Nilai Batas Mahalonobis Distance	50