

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Kopi Tuku

Gambar 4.1

Logo Kopi Tuku



Sumber: Google.com

Toko kopi tuku adalah toko kopi termasuk dalam PT Karya Tetangga Tuku yang berdiri pada tahun 2015 dan merupakan anak perusahaan dari PT Makna Angan Karya Andamu (MAKA). PT MAKA didirikan oleh Andanu Prasetyo dan baru dibentuk pada tahun 2017. PT MAKA sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *Food and Beverage* dan sudah memiliki empat anak perusahaan. Anak perusahaan PT MAKA sendiri terdiri dari:

1. Toodz House (Cipete dan Karang Tengah)
2. Toko Kopi Tuku (Cipete, Ciganjur, Bintaro, BSD, Karang Tengah Cinere, Karang Tengah Ciledug, Blok M, BP Bintaro, BP Cibubur, BP Serpong, Santa, Tebet, Kemanggisan)
3. Futago Ya

#### 4. Beragam

Toko Kopi Tuku pertama hadir di kawasan Cipete, Jakarta Selatan. Kehadirannya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia yang sehari-harinya mengkonsumsi kopi dengan menghadirkan menu utama kopi susu dari biji lokal tidak kalah nikmat dibandingkan dengan toko kopi yang berasal dari luar negeri. Menu andalan Toko Kopi Tuku adalah Kopi Susu Tetangga. Ide nama tersebut berawal dari Andanu yang mencoba meracik kopi susu, lalu meminta saran dan pendapat dari tetangga-tetangga. Atas saran dan pendapat para tetangga lah yang menciptakan cita rasa yang pas pada rasa kopi susu tetangga. Toko kopi Tuku juga memberikan panggilan “Tetangga Tuku” kepada pembeli atau pelanggan setia kopi tuku.

Pada tahun 2020, Toko Kopi Tuku sudah memiliki 14 cabang di sekitar area Jakarta Selatan dan Tangerang. Toko kopi tuku memiliki dua jenis toko yaitu toko yang dikhususnya untuk pemesanan berbasis *online* dan toko yang dapat didatangi oleh para Tetangga Tuku.

Toko *Online* hanya melayani pemesanan melalui ojek *online* dan *customers* tidak dapat memesan secara langsung di toko.

##### Toko *Offline*:

1. Tuku Cipete
2. Tuku Bintaro
3. Tuku Ciganjur
4. Tuku Karang Tengah Cinere
5. Tuku Karang Tengah Ciledug
6. Tuku BSD
7. Tuku SPBU BP Bintaro, Cibubur, Serpong
8. Tuku Blok M

##### Toko *Online*:

1. Tuku Fatmawati
2. Tuku Santa
3. Tuku Tebet

#### 4. Tuku Kemanggisan

Selain dapat dipesan *online* melalui gojek *online* (*Grab* dan *Gojek*), Tuku juga memiliki *Official* akun Instagram @tokokopituku dan *E-Commerce* Tokopedia, Shoope, Blibli

### B. Hasil Penelitian

Terlebih dahulu akan dikemukakan gambaran mengenai karakteristik responden yang digunakan untuk melengkapi penelitian yaitu pelanggan kopi tuku yaitu pelanggan yang sedang di outlet dan pernah melakukan pembelian lebih dari 2 kali untuk memenuhi kriteria yang dijadikan responden.

Responden dalam penelitian ini adalah pria/wanita yang membeli kopi tuku cabang Cipete dalam jangka 1 minggu. Adapun uraian gambaran umum responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Berasarkan hasil mengenai karakteristik menurut jenis kelamin dapat dilihat :

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden**

Keterangan	Jumlah	Peresentase
Pria	36	50,7%
Wanita	35	49,3%
Total	71	100%

Sumber: Diolah dari data primer, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa responden pria berjumlah 36 responden yang memiliki peresentase 50.7% sedangkan sisanya wanita berjumlah 35 yang memiliki presentase 49.3%.

## b. Karakteristik responden menurut usia

**Tabel 4.2 Usia Responden**

Keterangan	Jumlah	Persentase
18 – 21 Tahun	17	33.8%
22 – 25 Tahun	37	52.2%
> 26 Tahun	10	14.1%
Total	71	100%

Sumber: Diolah dari data primer, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat bahwa responden yang memiliki usia 18 – 21 tahun berjumlah 17 responden atau sebesar 33.8%, jumlah terbesar yaitu responden yang memiliki usia 22 – 25 tahun berjumlah 37 responden atau sebesar 52.2%, dan jumlah responden yang memiliki usia lebih dari 26 tahun berjumlah 10 responden atau sebesar 14.4%.

## 2. Pernyataan Variabel X *Sales Promotion*

Pada variabel X dalam penelitian ini menggunakan 6 dimensi antara lain: *Coupons, Rabates, Price Pack/cent-off deals, Premium, Free gift, Merchandise* yang disusun sebanyak 12 pernyataan dengan hasil penelitian sebagai berikut :

### a. *Coupons*

**Tabel 4.3**

**Saya mengetahui bentuk Promo berupa kode *voucher* potongan harga yang diberikan kopi tuku**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	14.1%
2	Setuju	61	85.9%

3	Tidak Setuju	-	
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa reponden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 10 orang atau 14.1%, sebanyak 61 orang atau 85.9% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa mereka suka menggunakan promo berupa kode *voucher* potongan harga yang diberika kopi tuku

**Tabel 4.4**  
**Promo kode *voucher* potongan harga yang diberikan di *instagram* kopi tuku mendorong minat saya untuk membeli produk kopi tuku**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	16	22.5%
2	Setuju	55	77.5%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 16 orang atau 22.5%, sebanyak 55 orang atau 77.5% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat

Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa mereka mendapatkan kode *voucher* potongan harga yang diberikan kopi tuku melalui *instagram* kopi tuku.

**b. Rabates**

**Tabel 4.5**

**Saya mengetahui adanya bentuk potongan harga yang diberikan di *instagram* kopi tuku untuk mendorong minat saya untuk membeli produk kopi tuku.**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	25	35.2%
2	Setuju	46	64.8%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 25 orang atau 35.2%, sebanyak 46 orang atau 64.8% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa mereka mengetahui adanya potongan harga dari *instagram* kopi tuku.

**Tabel 4.6**  
**Promo dari Instagram @tokokopituku mendorong minat saya untuk membeli produk kopi tuku.**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	39.4%
2	Setuju	43	60.6%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 28 orang atau 39.4%, sebanyak 43 orang atau 60.6% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa mereka menyukai bentuk promo yang diberikan *instagram @tokokopituku*.

**c. Price Packs/cent-off deals**

**Tabel 4.7**  
**Saya sering mencari informasi mengenai promo paket harga di momen tertentu.**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	38%

2	Setuju	44	62%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 27 orang atau 38.0%, sebanyak 44 orang atau 62.0% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa mereka mencari informasi mengenai promo paket harga saat momen tertentu saja.

**Tabel 4.8**  
**Saya menyukai bentuk promosi berupa potongan harga yang diberikan oleh instagram kopi tuku**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	39.4%
2	Setuju	43	60.6%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 28 orang atau 39.4%, sebanyak 43 orang atau 60.6% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa mereka menyukai bentuk potongan harga yang instagram kopi tuku berikan.

**d. Premi**

**Tabel 4.9**

**Penawaran pemberian bonus barang menarik perhatian saya**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	21	29.6%
2	Setuju	50	70.4%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 21 orang atau 29.6%, sebanyak 50 orang atau 70.4% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa adanya pemberian bonus seperti *by one get one* menarik perhatian konsumen.

**Tabel 4.10**  
**Adanya pemberian bonus barang membuat saya terdorong untuk membeli produk dengan nominal tertentu.**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	32.4%
2	Setuju	48	67.6%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 23 orang atau 32.4%, sebanyak 48 orang atau 67.6% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa adanya pemberian bonus seperti *by one get one* menarik perhatian konsumen untuk membeli produk dengan nominal tertentu.

**e. Free Gift**

**Tabel 4.11**  
**Saya merasa kopi toko memberikan diskon menarik**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	19	26.8%
2	Setuju	48	67.6%

3	Tidak Setuju	4	5.6%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 19 orang atau 26.8%, sebanyak 48 orang atau 67.6% menyatakan Setuju dan 4 orang menjawab Tidak Setuju atau 5.6% dan tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa kopi tuku selalu memberikan diskon menarik.

**Tabel 4.12**  
**Saya tertarik untuk membeli produk yang menawarkan kontes atau undian berhadiah**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	23.9%
2	Setuju	50	70.4%
3	Tidak Setuju	4	5.6%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 17 orang atau 23.9%, sebanyak 50 orang atau 70.4% menyatakan Setuju dan 4 orang menjawab Tidak Setuju atau 5.6% dan tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan kontes atau undian berhadiah menarik konsumen untuk membeli produk kopi tuku.

**f. Merchandise**

**Tabel 4.13**  
**Saya merasa kopi tuku memberikan *merchandise* yang menarik**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	36.6%
2	Setuju	43	60.6%
3	Tidak Setuju	2	2.8%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 26 orang atau 36.6%, sebanyak 43 orang atau 60.6% menyatakan Setuju dan 2 orang menjawab Tidak Setuju atau 2.8% dan tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan kopi tuku memberikan *merchandise* yang menarik.

**Tabel 4.14**  
**Saya tertarik untuk membeli *merchandise* yang ditawarkan kopi tuku**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	17	23.9%
2	Setuju	46	64.8%
3	Tidak Setuju	8	11.3%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 17 orang atau 23.9%, sebanyak 46 orang atau 64.8% menyatakan Setuju dan 8 orang menjawab Tidak Setuju atau 11.3% dan tidak ada responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa responden tertarik untuk membeli *merchandise* yang ditawarkan kopi tuku.

### 3. Pernyataan Variabel Y Loyalitas Pelanggan

Variabel Y dalam penelitian ini menggunakan 3 dimensi antara lain. *Repeat Purchase, Rentention, Reffeals* yang kemudian disusun sebanyak 9 butir pernyataan dengan hasil penelitian sebagai berikut

a. *Repeat Purchase*

**Tabel 4.15**  
**Saya berminat untuk membeli produk kopi tuku secara rutin**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	25.4%
2	Setuju	53	74.6%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan persentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 18 orang atau 25.4%, sebanyak 53 orang atau 74.6% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa mayoritas pelanggan kopi tuku tertarik untuk membeli kopi tuku secara rutin

**Tabel 4.16**  
**Saya bersedia untuk menjadi pelanggan setia kopi tuku**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	31	43.7%
2	Setuju	40	56.3%
3	Tidak Setuju	-	-

4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 31 orang atau 43.7%, sebanyak 40 orang atau 56.3% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa mereka tidak beralih ke produk lain dan bersedia menjadi pelanggan setia kopi tuku.

**b. Rentetion**

**Tabel 4.17**  
**Saya menyukai keseluruhan menu yang diberikan kopi tuku**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	39.4%
2	Setuju	43	60.6%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 28 orang atau 39.4%, sebanyak 43 orang atau 60.6% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat

Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa mereka menyukai menu yang diberikan kopi tuku.

**Tabel 4.18**  
**Saya menjadikan kopi tuku sebagai pilihan utama dibandingkan kopi lain**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	36.6%
2	Setuju	45	63.4%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan persentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 26 orang atau 36.6%, sebanyak 45 orang atau 63.4% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan sebagian besar responden Setuju bahwa mereka menjadikan kopi tuku sebagai pilihan utama dibandingkan produk lain.

**Tabel 4.19**  
**Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah produk kopi lain yang sejenisnya**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	52	73.2%
2	Setuju	19	26.8%

3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 19 orang atau 26.8%, sebanyak 52 orang atau 73.2% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan mayoritas pelanggan kopi tuku tidak memiliki keinginan untuk berpindah produk lain atau sejenisnya

**c. *Reffeads***

**Tabel 4.20**  
**Informasi yang diberikan oleh instagram kopi tuku sesuai dengan yang saya harapkan**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	18	25.4%
2	Setuju	53	74.6%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab

Sangat Setuju sebanyak 18 orang atau 25.4%, sebanyak 53 orang atau 74.6% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan pelanggan kopi tuku mendapatkan informasi yang sesuai diharapkan yang di berikan oleh instagram kopi tuku.

**Tabel 4.21**  
**Saya bersedia merekomendasikan kopi tuku kepada teman-teman saya untuk membeli produk kopi tuku**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	28.2%
2	Setuju	51	71.8%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan persentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 20 orang atau 28.2%, sebanyak 51 orang atau 71.8% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan mayoritas pelanggan kopi tuku Setuju untuk merekomendasikan kopi tuku kepada teman-temannya atau orang terdekat untuk membeli produk kopi tuku.

**Tabel 4.22**  
**Saya akan menceritakan hal-hal positif mengenai produk kopi tuku kepada teman-teman saya untuk membeli produk kopi tuku.**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	20	28.2%
2	Setuju	51	71.8%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan persentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 20 orang atau 28.2%, sebanyak 51 orang atau 71.8% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan mayoritas pelanggan kopi tuku bersedia untuk menceritakan hal-hal positif mengenai produk kopi tuku kepada teman-temannya untuk membeli produk kopi tuku.

**Tabel 4.23**  
**Saya akan mengajak orang lain untuk membeli produk kopi tuku**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	39.4
2	Setuju	43	60.6%
3	Tidak Setuju	-	-

4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Berdasarkan data tabel pernyataan di atas, dari seluruh responden sebanyak 71 orang dengan peresentase 100% dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 28 orang atau 39.4%, sebanyak 43 orang atau 60.6% menyatakan Setuju dan tidak ada responden yang menjawab Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Dengan hasil tersebut maka dapat dikatakan mayoritas pelanggan kopi tuku bersedia untuk mengajak orang lain membeli produk kopi tuku.

### 1). Rekapitulasi Variabel X

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung Variabel X yakni *Sales Promotion* akun instagram @tokokopituku berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.24**

#### **Rekapitulasi hasil pengembangan Variabel X (*Sales Promotion*)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
X1	3.14
X2	3.22
X3	3.35
X4	3.39
X5	3.38

(lanjutan tabel 4.24)

X6	3.39
X7	3.29
X8	3.32
X9	3.21
X10	3.18
X11	3.33
X12	3.12
<b>Jumlah</b>	39.32
<b>Mean</b>	3.28

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Secara keseluruhan responden menilai bahwa *Sales Promotion* (X) melalui instagram kopi tuku tergolong tinggi (Setuju) hal ini dapat dilihat dari dimensi *consumer promotion*, yang menyatakan *rabates* dan *price pack/cents-off-deals* memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu 3.39 dan dilihat dari hasil rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel *sales promotion* (X) sebesar 3.28.

## 2). Rekapitulasi Variabel Y

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung Variabel Y yakni Loyalitas Pelanggan yaitu:

**Tabel 4.25**

### **Rekapitulasi hasil pengembangan Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
Y1	3.25

Y2	3.43
Y3	3.39
Y4	3.36
Y5	3.26

(lanjutan tabel 4.25)

Y6	3.25
Y7	3.28
Y8	3.28
Y9	3.39
<b>Total</b>	29.92
<b>Mean</b>	3.32

Sumber: Hasil Penelitian IBM SPSS bulan Juni 2022

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Loyalitas Pelanggan (Y) tergolong tinggi (Setuju) hal ini dapat dilihat dari dimensi *repeat purchase* memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu 3.43 dan dilihat dari hasil rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel *sales promotion* (X) sebesar 3.32.

#### 4. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independen (X) yaitu *sales promotion* terhadap variabel (Y) yaitu loyalitas pelanggan. Berikut ini adalah data dari pengelolaan IBM SPSS 2.6

Tabel 4.26

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.667	.662	1.32332
a. Predictors: (Constant), Sales Promotion				
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan				

Analisis regresi yang dilakukan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel pengaruh *sales promotion* melalui instagram kopi tuku terhadap loyalitas pelanggan sebesar **0,817**, yaitu diantara 0,80 – 1,00 artinya hubungan atau korelasi antara variabel akun instagram berpengaruh **Sangat Kuat**.

Hal tersebut dapat dilihat dari: 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah, 0,20 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti, 0,40 – 0,599 artinya cukup atau sedang, 0,60 – 0,799 artinya tinggi atau kuat dan 0,80 – 1,000 artinya sangat tinggi atau sangat kuat.

Sedangkan R square menunjukkan angka 0,667. Angka tersebut diartikan bahwa loyalitas pelanggan yang disebabkan oleh pengaruh *sales promotion* melalui instagram kopi tuku adalah sebesar 66,7%, sementara sisanya 3,33% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Nilai R square menunjukkan angka 0,667 atau 66,7% artinya *sales promotion* kopi tuku melalui instagram berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 4.27

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	7.731	1.896		4.079	.000
	Sales Promotion	.564	.048	.817	11.751	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat tabel persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7.731 + 0,564X$$

Dimana:

$Y = Sales\ Promotion$  kopi toko melalui instagram

$Y = Loyalitas\ Pelanggan$

$a =$  nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 7,731

$b =$  nilai koefisien regresi dalam penelitian ini sebesar 0,564.

persamaan tersebut menunjukkan, apabila  $X = 0$  maka  $Y = 564$  dan jika  $X = 1$  maka  $Y = 8.295$ . Artinya setiap peningkatan pengaruh *sales promotion* kopi toko melalui instagram sebesar 1 maka meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 8.295

**Tabel 4.28**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	241.816	1	241.816	138.087	.000 <sup>b</sup>
	Residual	120.832	69	1.751		
	Total	362.648	70			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Uji ANOVA menghasilkan angka F sebesar 138.08 dengan angka probabilitas (sig) 0.000 dan nilai taraf signifikan  $\alpha = 0,025$ . Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka probabilitas harus  $< 0,025$ . Karena angka probabilitas (sig)  $0.000 < 0.025$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi pengaruh *sales promotion* kopi toko melalui instagram terhadap loyalitas pelanggan.

## 5. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari hasil penelitian terkait variabel X dengan Variabel Y yang telah didapat maka dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan uji t dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

Maka demikian:

Jika t hitung  $>$  t tabel  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (ada pengaruh)

Jika t hitung  $<$  t tabel  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak ada pengaruh).

Diketahui:     n = 71

                  r = 0,817

$$t = \frac{0,817\sqrt{71-2}}{\sqrt{(1-0,817)^2}}$$

$$t = \frac{0,817\sqrt{69}}{\sqrt{(1-0,817)^2}}$$

$$= 11.751$$

$$t = 11.751$$

Didapatkan hasil t hitung sebesar 11.751 dan t tabel 1.995 karena nilai t hitung = 11.751 > 1.995 dengan nilai signifikansi  $\alpha = 0,025$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *sales promotion* kopi tuku melalui instagram terhadap loyalitas pelanggan.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel pengaruh *Sales Promotion* (X) terhadap variabel dependen/terikat loyalitas pelanggan (Y). *Sales promotion* merupakan suatu alat yang digunakan oleh instagram kopi tuku untuk mempersuasi penggunanya, sehingga menumbuhkan keinginan menggunakan kembali layanan media instagram. Penelitian ini dilakukan kepada 71 responden yang dijadikan sampel dengan kriteria yang dibutuhkan yaitu pelanggan yang sudah membeli produk kopi tuku lebih dari dua kali yang berada di outlet kopi tuku cabang Cipete Raya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin yaitu pria ada sebanyak 36 orang, sedangkan perempuan yaitu sebanyak 35 orang. Kemudian untuk responden yang berusia 18-26 tahun sebanyak 17 orang, 22-25 tahun berjumlah 37 orang, dan responden yang berusia 26 tahun keatas sebanyak 10 orang. Artinya pengaruh *sales promotion* akun instagram kopi tuku lebih didominasi oleh pelanggan kopi tuku pria berusia 22-25 tahun.

Untuk pernyataan pada setiap variabel yaitu *sales promotion* (X) dan loyalitas pelanggan (Y) dalam penelitian ini sudah memenuhi ketentuan validitas karena hasil dari  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Untuk membuktikannya adanya pengaruh *sales promotion* terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan media instagram maka dilakukan uji hipotesis yang terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji  $t$ . Uji  $t$  ini bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi. Untuk itu kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai  $t$  hitung harus lebih besar dari  $t$  tabel. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai  $t$  hitung sebesar 11.751 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai  $t$  tabel 0.1995 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *sales promotion* melalui instagram kopi tuku terhadap loyalitas pelanggan.

Melihat hasil perhitungan yang dilakukan menggunakan IBM SPSS 2.6 diperoleh nilai  $R$  atau yang disebut juga sebagai koefisien korelasi adalah sebesar 0.817 yaitu diantara angka 0.80 – 1.000 yang artinya hubungan korelasi variabel *sales promotion* (X) berpengaruh sangat kuat.

$R$  Square didapatkan sebesar 0.667 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi sebesar 66.7% sementara sisanya sebesar 33.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini, artinya pelanggan kopi tuku merasa bahwa *sales promotion* yang dilakukan kopi tuku di akun instagramnya mempengaruhi seseorang untuk menumbuhkan keinginan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) *sales promotion* di kuisioner penelitian. Secara keseluruhan responden menilai dimensi *coupons, rabates, price packs/cent off deals, premium, free gift, merchandise* pada variabel *sales promotion* melalui instagram kopi tuku tergolong tinggi (Setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel pengaruh *sales promotion* melalui instagram kopi tuku sebesar 3.28.

Berdasarkan dimensi pada variabel X, dimensi *consumer promotion*, yang menyatakan *rabates* dan *price pack/cents-off-deals* memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu 3.39 dibandingkan dengan pernyataan lainnya yang ada di variabel X. Hal tersebut membuktikan bahwa *rabates* dan *price pack/cent-off deals* di akun instagram @tokokopi\_tuku memberikan informasi dan promo menarik.

Berdasarkan teori pada variabel Y, hasil penelitian yang telah dibuktikan didapatkan bahwa secara keseluruhan responden menilai teori minat beli yang memiliki dimensi *repeat purchase, retention, refferrals*, tergolong cukup tinggi (Setuju), hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Y (loyalitas pelanggan) sebesar 3.32.

Dari semua dimensi pada teori loyalitas pelanggan, ternyata dimensi *repeat purchase* dengan indikator yang memilih pernyataan “saya bersedia untuk menjadi pelanggan setia kopi\_tuku” memiliki *mean* tertinggi yaitu 3.43.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan membuktikan maka didapatkan hasil bahwa memang pelanggan kopi\_tuku adalah pelanggan yang loyal dan adanya pengaruh *sales promotion* melalui akun instagram terhadap loyalitas pelanggan.