

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWERNESS* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *LOYALITAS PELANGGAN*
GENERASI Z DI *STUDENTE COFFEE* DAN *EATERY BOGOR***

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**



Oleh :

**LIA TRI APRILIYANA
NPM : S1- 19200106**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
BOGOR
2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS*
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN GENERASI Z DI STUDENTE COFFE DAN
EATERY BOGOR

OLEH : LIA TRI APRILIYANA

NPM : S1- 19200106

Disetujui,
Pembimbing

(VERA CLARA SIMANJUNTAK, S.Sos., M.M)

Dosen Penguji

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Yustiana Wardhani, S.Hut., MM) (Dr. Ian Horas. V. Purba. Ir., M.Si., CBPA., CPSP)

Mengetahui,
Ketua Prodi

(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., MM)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Digital Marketing, *Brand Awerness* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Generasi Z di Studente Coffe dan Eatry Bogor. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan Generasi Z di Studente Coffe dan Eatry Bogor. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi liner berganda dengan menggunakan program SPSS 26. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Digital Marketing berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan, *Brand Awerness* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, Digital Marketing, *Brand Awerness* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : Digital Marketing, *Brand Awerness*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Digital Marketing, *Brand Awerness* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Generasi Z Di Studente Coffe Dan Eatry Bogor”. Penyusunan Skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom., selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Ibu Vera Clara Simanjuntak, S.Sos., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis sampai dengan selesainya skripsi ini
5. Dosen-dosen pengajar dan staff Universitas Binaniaga Indonesia.
6. Rekan-rekan Universitas Binaniaga Indonesia yang telah melalui perkuliahan bersama dan Rekan-rekan Universitas Binaniaga Indonesia kelas manajemen dan rekan-rekan lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi dan saling mendukung satu sama lain.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini baik secara

langsung maupun tidak langsung, semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan Skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi lingkungan akademik maupun lingkungan luas pada umumnya.

Bogor, April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Kajian Teori	15
B. Digital Marketing	17
C. Brand Awareness	24
D. Digital Marketing	29
E. Loyalitas Pelanggan	31
F. Penelitian Terdahulu	35
G. Kerangka Pemikiran	39
H. Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Metode Penelitian	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Operasional Variabel	43

D. Populasi dan Sampel	45
E. Jenis dan Sumber Data	47
F. Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Sejarah Perusahaan	63
B. Profil Responden	67
C. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas	69
1. Uji Validitas	69
2. Uji Reliabilitas	72
3. Uji Asumsi Klasik	73
D. Stgatistik Deskriptif	77
E. Koefisien Korelasi	83
F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	84
G. Uji t	85
H. Uji F	87
I. Koefisien Determinasi (R^2)	89
J. Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Penjualan Studente Coffee & Eatery Bogor Tahun 2020-2023	8
Tabel 2	Pra Survey Digital Marketing	9
Tabel 3	Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4	Operasional Variabel	44
Tabel 5	Indeksi Jawaban Responden.....	56
Tabel 6	Interprestasi Koefisien Korelasi	57
Tabel 7	Profil Responden	67
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing (X1)	69
Tabel 9	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awarness</i> (X2)	70
Tabel 10	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	71
Tabel 11	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	72
Tabel 12	Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 13	Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 14	Uji Linieritas variabel Digital Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan	74
Tabel 15	Uji Linieritas variabel <i>Brand Awarnes</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	75
Tabel 16	Uji Linieritas variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	75
Tabel 17	Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 18	Kriteria Skor Variabel Penelitian	78
Tabel 19	Distribusi Jawaban responden pada variable Digital Marketing (X1)	79
Tabel 20	Distribusi Jawaban responden pada variable <i>Brand Awarness</i> (X2)	80
Tabel 21	Distribusi Jawaban responden pada variable Kualitas Pelayanan (X3)	81

Tabel 22	Distribusi Jawaban responden pada Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	82
Tabel 23	Hasil Analisis Korelasi	83
Tabel 24	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	84
Tabel 25	Hasil Uji t.....	85
Tabel 26	Hasil Uji F	87
Tabel 27	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Data Rumah Makan/Restoran di Kota Bogor	1
Gambar 2	Digital Marketing Studente Coffee & Eatery Bogor	8
Gambar 3	Piramida <i>Brand Awarness</i>	26
Gambar 4	Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 5	Logo Studente Coffee & Eatery Bogor	65
Gambar 6	Struktur Organisasi Studente Coffee & Eatery Bogor	66
Gambar 7	Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Output Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Tabulasi Data Kuisisioner
Lampiran 5	Output Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Output Uji
Lampiran 7	Profil Responden
Lampiran 8	Output Statistik Deskriptif
Lampiran 9	Tabel r
Lampiran 10	Tabel t
Lampiran 11	Tabel F