

ABSTRACT

The need to understand consumer loyalty for a business makes it important to identify the motivations that drive consumers to purchase a product or service. This research aims to achieve the following objectives: (1) determine the differences in utilitarian and hedonic values between Generation Y and Generation Z, (2) assess the influence of utilitarian and hedonic values on consumer satisfaction in coffee shops, (3) examine the impact of utilitarian and hedonic values on consumer loyalty in coffee shops, and (4) investigate the influence and role of consumer satisfaction on loyalty in coffee shops. The study was conducted at an independent coffee shop in Mataram City over the course of one month. The analysis utilized the Mann-Whitney test to identify differences in values between Generation Y and Generation Z. Additionally, Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was employed to determine the effects of exogenous variables (utilitarian value and hedonic value), the mediating role of consumer satisfaction, and the influence on endogenous variables (consumer loyalty). The research findings indicate that: (1) there is no significant difference in utilitarian and hedonic values between Generation Y and Generation Z, (2) utilitarian and hedonic values positively influence consumer satisfaction, (3) hedonic values have a direct impact on consumer satisfaction, while utilitarian values do not directly influence consumer loyalty, and (4) consumer satisfaction acts as a mediator between utilitarian and hedonic values in influencing consumer loyalty.

Keywords: utilitarian value, hedonic value, generation Y and Z

INTISARI

Perlunya mengetahui loyalitas konsumen bagi suatu usaha menjadikan pentingnya hal yang mendasari dorongan dari konsumen untuk membeli suatu produk ataupun jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) perbedaan nilai utilitarian antara dan nilai hedonis antara generasi Y dengan generasi Z (2) pengaruh nilai utilitarian dan nilai hedonis terhadap kepuasan konsumen kedai kopi (3) pengaruh nilai utilitarian dan nilai hedonis terhadap loyalitas konsumen di kedai kopi dan (4) mengetahui pengaruh dan peran kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di kedai kopi. Penelitian dilakukan di kedai kopi independen Kota Mataram selama satu bulan. Analisis dilakukan menggunakan uji mann-whitney untuk melihat perbedaan nilai antara generasi Y dengan generasi Z, dan PLS-SEM digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel eksogen (nilai utilitarian dan nilai hedonis), mediasi (kepuasan konsumen) dan variabel endogen (loyalitas konsumen). Hasil penelitian memperlihatkan bahwa (1) Tidak terdapat perbedaan nilai utilitarian dan nilai hedonis antara generasi Y dan generasi Z (2) Nilai utilitarian dan nilai hedonis berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (3) Nilai hedonis berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen, sedangkan nilai utilitarian tidak dapat berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas konsumen (4) Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan berperan sebagai mediasi antara nilai utilitarian dan nilai hedonis dalam mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kata kunci: nilai utilitarian, nilai hedonis , generasi Y dan Z