UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Peran Pengalaman "Ngopi" dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan dan Niat Kunjungan Kembali di Kedai Kopi
Gelombang Ketiga di Yogyakarta**
Ahmad Zida Niam, Bayu Sutikno, S.E.,M.S.M., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Kopi, Keterlibatan Kopi, dan Pengetahuan Sebelumnya terhadap Kepuasan Pelanggan, serta dampaknya terhadap Niat Berkunjung Kembali di kedai kopi gelombang ketiga di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori dan survei potong lintang *(cross-sectional)*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel valid sebanyak 172 responden. Teknik analisis data dievaluasi menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan terbukti didukung secara empiris. Kualitas Kopi, Keterlibatan Kopi, dan Pengetahuan Sebelumnya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan variabel Kualitas Kopi memberikan kontribusi jalur paling dominan dalam membentuk rasa puas konsumen. Selanjutnya, Kepuasan Pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan besaran kontribusi efek yang sangat dominan. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi pengelola kedai kopi gelombang ketiga di Yogyakarta untuk tidak sekadar berfokus pada estetika tempat atau promosi harga, melainkan memprioritaskan konsistensi kualitas produk fisik serta mengoptimalkan peran barista sebagai agen edukasi.

Kata Kunci: *Third Wave Coffee*, Kualitas Kopi, Keterlibatan Kopi, Pengetahuan Sebelumnya, Kepuasan Pelanggan, Niat Berkunjung Kembali, *Value Co-creation*.

Peran Pengalaman "Ngopi" dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan dan Niat Kunjungan Kembali di Kedai Kopi
Gelombang Ketiga di Yogyakarta
Ahmad Zida Niam, Bayu Sutikno, S.E.,M.S.M., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effects of coffee quality, coffee involvement, and prior knowledge on customer satisfaction, as well as their impact on the intention to revisit third-wave coffee shops in Yogyakarta. This study employs a quantitative approach with an explanatory design and a cross-sectional survey. The sampling technique used was purposive sampling, yielding a valid sample size of 172 respondents. Data analysis was conducted using Partial Least Squares-based Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via SmartPLS 4 software.

The results indicate that all proposed hypotheses were empirically supported. Coffee Quality, Coffee Involvement, and Prior Knowledge were found to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, with the Coffee Quality variable contributing the most dominant path in shaping consumer satisfaction. Furthermore, Customer Satisfaction was found to have a positive and significant effect on Revisit Intention, with a highly dominant effect size. These findings provide strategic implications for managers of third-wave coffee shops in Yogyakarta to rather than focusing solely on the aesthetics of the venue or price promotions, they should prioritize the consistency of physical product quality and optimize the role of baristas as educational agents.

Keywords: Third Wave Coffee, Coffee Quality, Coffee Involement, Prior Knowledge, Customer Satisfaction, Revisit Intention, Value Co-creation.