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/

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN..... I
HALAMAN PERNYATAAN.....II
INTISARI.....III
ABSTRACT.....IV
KATA PENGANTAR.....V
HALAMAN PERSEMBAHAN..... VI
DAFTAR ISI.....VIII
DAFTAR TABEL.....XI
DAFTAR GAMBAR..... XII
BAB I.....1
PENDAHULUAN.....1
1.1 Latar Belakang..... 1
1.2 Rumusan Masalah..... 7
1.3 Pertanyaan Penelitian..... 8
1.4 Tujuan Penelitian.....9
1.5 Manfaat Penelitian..... 10
1.5.1 Manfaat Teoritis..... 10
1.5.2 Manfaat Praktis..... 10
1.6 Lingkup Penelitian..... 10
1.7 Sistematika Penelitian..... 11
BAB II..... 13
LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....13
2.1 Kopi Gelombang Ketiga..... 13
2.2 Ekonomi Pengalaman (Experience Economy).....16
2.3 Penciptaan Nilai Bersama (value co-creation).....17
2.3.1 Kualitas Kopi..... 19
2.3.2 Keterlibatan Kopi.....20
2.3.3 Pengetahuan Sebelumnya.....20
2.4 Lanskap pengalaman (Experiencescape)..... 21
2.4.1 Kepuasan Pelanggan..... 22
2.4.2 Niat Kunjungan Kembali..... 23
2.5 Penelitian Terdahulu.....24
2.6 Perumusan Hipotesis.....30
2.6.1 Pengaruh Kualitas Kopi pada Kepuasan Pelanggan..... 30
2.6.2 Pengaruh Keterlibatan Kopi pada Kepuasan Pelanggan.....31

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/

2.6.3 Pengaruh Pengetahuan Sebelumnya pada Kepuasan Pelanggan..... 32
2.6.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Niat Berkunjung Kembali..... 32
2.7 Model Penelitian..... 33
BAB III..... 34
METODE PENELITIAN..... 34
3.1 Desain Penelitian..... 34
3.2 Definisi Operasional Variabel..... 35
3.2.1 Kualitas Kopi..... 36
3.2.2 Keterlibatan Kopi..... 37
3.2.3 Pengetahuan Sebelumnya..... 38
3.2.4 Kepuasan Pelanggan..... 40
3.2.5 Niat Berkunjung Kembali..... 41
3.3 Desain Sampel..... 42
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel..... 42
3.3.2 Populasi dan Sampel..... 42
3.3.3 Ukuran Sampel..... 43
3.4 Metode Pengumpulan Data..... 44
3.5 Lokasi Penelitian..... 45
3.6 Pengujian Instrumen..... 47
3.6.1 Uji Validitas..... 48
3.6.2 Uji Reliabilitas..... 49
3.7 Metode Analisis Data..... 50
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif..... 51
3.7.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model Assessment)..... 52
3.7.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model Assessment)..... 52
3.8 Uji Hipotesis..... 53
BAB IV..... 55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 55
4. 1 Hasil Pengumpulan Data..... 55
4.2 Profil Responden..... 55
4.3 Analisis Outer Model..... 61
4.3.1 Uji Validitas Konvergen..... 61
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan..... 63
4.4 Uji Reliabilitas..... 65
4.5 Analisis Deskriptif..... 67
4.6 Analisis Inner Model..... 69
4.6.1 Uji Multikolinearitas..... 70

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/

4.6.2 Koefisien Determinasi (R-Square)..... 71
4.6.3 Ukuran Pengaruh (f²)..... 72
4.6.4 Nilai Relevansi Prediktif (Q²)..... 73
4.7 Uji Hipotesis..... 74
4.7.1 Koefisien Jalur..... 74
4.8 Pembahasan..... 76
4.8.1 H1: Kualitas Kopi berpengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan. 76
4.8.2 H2: Keterlibatan Kopi berpengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan 78
4.8.3 H3: Pengetahuan Sebelumnya berpengaruh positif pada Kepuasan Pelanggan..... 79
4.8.4 H4: Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif pada Niat Berkunjung Kembali..... 80
BAB V..... 82
SIMPULAN..... 82
5.1 Simpulan..... 82
5.2 Implikasi Teoritis..... 84
5.3 Implikasi Manajerial..... 85
5.4 Keterbatasan Penelitian..... 86
5.5 Saran Penelitian Mendatang..... 88
Daftar Pustaka..... 91
LAMPIRAN..... 95