

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xii</b>
 <b>I. PENDAHULUAN .....</b>	 <b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	6
 <b>II. TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI.....</b>	 <b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2 Dasar Teori .....	12
2.3 Kerangka Pemikiran .....	29
2.4 Hipotesis .....	30
 <b>III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	 <b>32</b>
3.1 Metode Dasar.....	32
3.2 Lokasi Penelitian .....	32
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5 Asumsi Pembatasan Masalah .....	33
3.6 Definisi dan Penggunaan Variabel Penelitian .....	34
3.7 Metode Analisis Data .....	36
 <b>IV. KARAKTERISTIK RESPONDEN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	 <b>47</b>
4.1 Karakteristik Pelanggan Minuman Kopi di <i>Coffee Shop</i> Lokal Daerah Istimewa Yogyakarta .....	47
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	52
4.3 Uji Asumsi SEM .....	53
4.4 Structural Equation Modeling (SEM).....	56
 <b>V. <i>PERCEIVED QUALITY</i>, HARGA, PENERAPAN INDUSTRI 4.0, DAN INOVASI PRODUK.....</b>	 <b>60</b>
5.1 <i>Perceived Quality</i> .....	60
5.2 Harga .....	62
5.3 Penerapan Industri 4.0 .....	63
5.4 Inovasi Produk .....	65
 <b>VI. KEPUASAN PELANGGAN, KEUNGGULAN BERSAING, DAN LOYALITAS PELANGGAN .....</b>	 <b>67</b>
6.1 Kepuasan Pelanggan .....	68



6.2 Keunggulan Bersaing .....	72
6.3 Loyalitas Pelanggan .....	75
<b>VII. PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEUNGGULAN BERSAING, DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS.....</b>	<b>78</b>
7.1 Keberlanjutan Bisnis.....	78
7.2 Pengaruh Kepuasan, Keunggulan Bersaing, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keberlanjutan Bisnis.....	80
<b>VIII. PENUTUP .....</b>	<b>84</b>
8.1 Kesimpulan .....	84
8.2 Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN 1 .....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Uji Kesesuaian Model .....	40
Tabel 2. Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	42
Tabel 3. Model Pengukuran Keunggulan Bersaing .....	43
Tabel 4. Model Pengukuran Loyalitas pelanggan.....	43
Tabel 5. Model Pengukuran Keberlanjutan Bisnis.....	44
Tabel 6. Penjelasan dari Diagram Path.....	46
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia atau Umur.....	48
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	49
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	50
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	50
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	51
Tabel 13. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 15. <i>Observations Farthest The Centroid (Mahalanobis Distance)</i> .....	55
Tabel 16. Hasil Pengujian Kesesuaian Model .....	56
Tabel 17. Hasil Pengujian Kausalitas.....	57
Tabel 18. Penilaian <i>Perceived Quality</i> pada <i>Coffee Shop</i> Independen dan <i>Coffee Shop</i> Waralaba.....	61
Tabel 19. Penilaian Harga pada <i>Coffee Shop</i> Independen dan <i>Coffee Shop</i> Waralaba .....	62
Tabel 20. Penilaian Penerapan Industri 4.0 pada <i>Coffee Shop</i> independen dan <i>Coffee Shop</i> Waralaba.....	64
Tabel 21. Penilaian Inovasi Produk pada <i>Coffee Shop</i> Independen dan <i>Coffee</i> <i>Shop</i> Waralaba .....	65
Tabel 22. Hasil uji beda rerata pada penilaian <i>Perceived Quality</i> , Harga, Industri 4.0, dan Inovasi Produk pada <i>Coffee Shop</i> Independen dan <i>Coffee Shop</i> Waralaba.....	66
Tabel 23. Nilai <i>Loading Factor</i> pada Variabel <i>Perceived Quality</i> , Harga, Industri 4.0, dan Inovasi Produk.....	67

Tabel 24. Penilaian Kepuasan Pelanggan pada <i>Coffee Shop</i> Independen dan <i>Coffee Shop</i> Waralaba.....	68
Tabel 25. Hasil Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	69
Tabel 26. Penilaian Keunggulan Bersaing pada <i>Coffee Shop</i> Independen dan <i>Coffee shop</i> Waralaba .....	72
Tabel 27. Hasil Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing .....	73
Tabel 28. Penilaian Loyalitas pada <i>Coffee Shop</i> Independen dan <i>Coffee Shop</i> Waralaba .....	76
Tabel 29. Hasil Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	77
Tabel 30. Penilaian Keberlanjutan Bisnis pada <i>Coffee Shop</i> Independen dan <i>Coffee Shop</i> Waralaba.....	78
Tabel 31. Hasil Analisis Pengaruh Langsung Keunggulan Bersaing, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Keberlanjutan Bisnis .....	80
Tabel 32. Hasil Analisis Pengaruh tidak Langsung dan Nilai Total Kepuasan Pelanggan terhadap Keberlanjutan Bisnis .....	81
Tabel 33. Nilai <i>Loading Factor</i> pada Variabel Kepuasan Pelanggan, Keunggulan Bersaing, Loyalitas Pelanggan, dan Keberlanjutan Bisnis.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Konsumsi Kopi Nasional (Kementrian Pertanian, 2019) .....	1
Gambar 2. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan (Griffin, 2003).....	18
Gambar 3. Indikator Loyalitas Pelanggan (Griffin, 2003).....	19
Gambar 4. Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan (Griffin, 2003) .....	21
Gambar 5. Loyalitas Merek (Durianto et al., 2004).....	22
Gambar 6. Membangun Loyalitas Pelanggan (Widding et al., 2007).....	23
Gambar 7. Faktor-Faktor Membangun Loyalitas (Gaffar, 2007) .....	24
Gambar 8. Pentingnya Menjaga Loyalitas Pelanggan (Kotler et al., 2002).....	26
Gambar 9. Manajemen Kinerja Keberlanjutan dengan Menghubungkan Lingkungan dan Sosial Manajemen dengan Daya Saing Serta Kesuksesan Ekonomi (Wagner, 2017).....	27
Gambar 10. Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 11. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	41
Gambar 12. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing .....	42
Gambar 13. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	43
Gambar 14. Analisis Kepuasan Pelanggan, Keunggulan Bersaing, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Keberlanjutan Bisnis .....	44
Gambar 15. Diagram Path Analisis SEM .....	45
Gambar 16. Hasil Analisis Diagram Path .....	56