

SKRIPSI

**Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan, Kualitas
Layanan, dan Kualitas Pengalaman terhadap Niat
Berkunjung Kembali Konsumen Pada Kopitagram di
Jakarta**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : Ivander Ronaldo Elargo

NIM :115160320

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA
EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS
TARUMANAGARA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
JAKARTA**

2020

SKRIPSI

**Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan, Kualitas
Layanan, dan Kualitas Pengalaman terhadap Niat
Berkunjung Kembali Konsumen Pada Kopitagram di
Jakarta**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : Ivander Ronaldo Elargo

NIM :115160320

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-
SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA
EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS
TARUMANAGARA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
JAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Ivander Ronaldo Elargo
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115160320
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : Komplek Villa Gading Indah Blok A3 No. 16, Kelapa
Gading, Jakarta Utara, DKI Jakarta 14240
Telp. -
HP. 082297979822

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, _____



Ivander Ronaldo Elargo

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Ivander Ronaldo Elargo
NIM : 115160320
PROGRAM JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
MATA KULIAH KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan, Kualitas
Layanan, dan Kualitas Pengalaman terhadap
Niat Berkunjung Kembali Konsumen Pada
Kopitagram di Jakarta

Jakarta, Juli 2020

Pembimbing


(Yenny Lego, S.E., M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ivander Ronaldo Elargo
NIM : 115160320
Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan, Kualitas Layanan, dan Kualitas Pengalaman terhadap Niat Berkunjung Kembali Konsumen Pada Kopitagram di Jakarta

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal.....

Dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua:
Herlina Budiono, S.E., M.M.
2. Anggota:
Yenny Lego, S.E., M.M.
3. Anggota:
Dr. Yanuar, S.E., M.M.

Jakarta, Juli 2020

Pembimbing



(Yenny Lego, S.E., M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

(A) Ivander Ronaldo Elargo (115160320)

(B) *The Effect of Perceived Value, Service Quality, and Experience Quality on Revisit Intention Customer in Kopitagram Jakarta.*

(C) *Xi + page 106, table 20, picture 8, attachment 5,*

(D) *Marketing management*

(E) *Abstract: This study aims to find out how significant perceived value, service quality and may influence revisit intention of Kopitagram Customer in Jakarta. The research method used in this study are multiple regression analysis, R square, f-test, t-test, normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The software used in this study is SPSS vers 25. Questionnaires was distributed through google forms based on the research objectives. The number of samples in this study is 168 respondents. Sampling method used in this study is non-probability sampling and the sampling technique used in this study is purposive sampling with a criteria and that is who has bought 1-2 product Kopitagram in the last 1 month. The result of this study is, Service Quality have positive and significant influence on Revisit Intention Kopitagram product in Jakarta while Perceived Value and Experience Quality have positive but not significant influence on Revisit Intention Kopitagram product in Jakarta.*

(F) References (1987-2019)

(G) Yenny Lego, S.E., M.M.

(H) *Keyword: Perceived Value, Service Quality, Experience Quality, Revisit Intention*

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

- (A) Ivander Ronaldo Elargo (115160320)
- (B) Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan, Kualitas Layanan, dan Kualitas Pengalaman terhadap Niat Berkunjung Kembali Konsumen pada Kopitagram di Jakarta.
- (C) xi + halaman 106, tabel 20, gambar 8, lampiran 5,
- (D) Manajemen Pemasaran
- (E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Nilai yang Dipersepsikan, Kualitas Layanan, dan Kualitas Pengalaman memiliki pengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali Konsumen pada Kopitagram di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda, Koefisien Determinasi (R^2), Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, Multikolinieritas. Pengujian Hipotesis menggunakan Uji-F(ANOVA) dan Uji-t. Perangkat lunak atau program yang digunakan untuk analisis data adalah *SPSS versi 25*. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan melalui *google forms*. Jumlah responden adalah 180 responden, metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu yang mengkonsumsi minuman Kopitagram 1-2 kali dalam waktu satu bulan. Hasil penelitian ini adalah variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali konsumen pada Kopitagram di Jakarta sedangkan Nilai yang Dipersepsikan dan Kualitas Pengalaman memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali konsumen pada Kopitagram di Jakarta.
- (F) Yenny Lego, S.E., M.M.
- (G) Kata Kunci: Nilai yang Dipersepsikan, Kualitas Layanan, Kualitas Pengalaman, Niat berkunjung Kembali