

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA KOPI PETANG PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**FRIESKA TRI WULANDARI
NPM 061930600143**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA KOPI PETANG PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Binsis
Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**FRIESKA TRI WULANDARI
061930600143**

Menyetujui,

Palembang,

2022

Pembimbing I,

**Purwati, S.E., M.M
NIP 196507111988032002**

Pembimbing II,

**Mariskha Z, S.E., M.M
NIP 197805192006042001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.
NIP 19760222202121001**

**Ketua Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M
NIP 198203242008012009**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
Jalan Srijaya Negara Palembang 30139
Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918
Website: www.polsriwijaya.ac.id Email: info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Frieska Tri Wulandari
NPM : 061930600143
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial
Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi
Petang Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Frieska Tri Wulandari
NPM 061930600143

LEMBAR PENGESAHAN




Nama : Frieska Tri Wulandari
NPM : 061930600143
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial *Instagram* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Petang Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:.....

Tanggal:..... 2022

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si</u> Ketua Penguji		23/08/22
2.	<u>Afrizawati, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		12/08/22
3.	<u>Dr. Markoni Badri, S.E., MBA</u> Anggota Penguji		16/08/22

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Bekerja keras terlebih dahulu untuk menikmati hasil dikemudian hari sebagai tabungan masa depan”

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat ku tercinta**
- **Rekan-rekan seperjuangan di kelas 6NF 2022**
- **Politeknik Negeri Sriwijaya**
- **Kopi Petang Palembang**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial *Instagram* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Petang Palembang.**” Tujuan Laporan Akhir ini disusun untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi media sosial *Instagram* terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Petang Palembang yang bergerak pada bidang kuliner. Pembuatan Laporan Akhir ini dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Diploma III (DIII) Jurusan Administrasi Bisnis Progam Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini terdiri dari 5 bab, dimana bab pertama berisikan latar belakang pemilihan judul, bab kedua berisikan tentang tinjauan pustaka, bab ketiga berisikan tentang gambaran umum perusahaan, bab keempat berisikan hasil dan pembahasan, dan bab kelima berisikan kesimpulan dan saran.

Penulis menyadari Laporan Akhir ini banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk dijadikan pembelajaran bagi penulis di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir ini khususnya pemilik, pegawai, serta pelanggan Kopi Petang Palembang dan dosen pembimbing Laporan Akhir di Jurusan Administrasi Bisnis. Semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan pemikiran bagi semua pihak yang memerlukan, khususnya bagi penulis dan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis.

Palembang, Juli 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapat bantuan bimbingan, petunjuk, dan saran dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Purwati, S.E., M.M, selaku Pembimbing I yang telah memberikan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membantu penulisan laporan ini.
6. Ibu Mariskha Z, S.E., M.M, selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membantu penulisan laporan ini.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan didikan selama ini.
8. Bapak Ari Wahyudi Wijaya selaku *owner* dan *founder* Kopi Petang Palembang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
9. Bapak Muhammad Wahyu Akbar selaku *co founder* Kopi Petang Palembang yang telah membantu dalam proses penulisan laporan ini.
10. Seluruh karyawan dan staff Kopi Petang Palembang.
11. Ayah, Ibu, dan kakak-kakak ku yang telah memberikan doa dan semangat serta dukungan baik moril maupun materil yang tidak ternilai untuk keberhasilan penulis.

12. Rekan sesama Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan di kelas 6NF yang telah sama-sama memberikan dukungan dan semangat.
13. Teman-teman seperjuangan penulis dalam penyelesaian Laporan Akhir ini yang sudah memberikan banyak saran dan masukan bagi penulis, khususnya kepada Raissa, Dea, Lilis, Wulan, Adel dan sahabat yang mendukung dari anggota Bimbel Dea (Ocha, Tasa, Anita, Delli, Najwa, Jessica)
14. Sahabat yang selalu mendengarkan curhatan memberi semangat serta dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini yaitu Mey, Cici, Ice, Anggi, Niak, dan Tya.
15. *Someone special* yang saat ini berada terus di belakang penulis, memberikan dukungan dan semangat dari jauh demi keberhasilan penulis yaitu saudara Bimo Samudra.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga segala bantuan yang diberikan oleh semua pihak kepada penulis mendapatkan limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin ya rabbal alamin.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi media sosial *Instagram* terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Petang Palembang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan riset kepustakaan. Jumlah populasi sebanyak 1.650 pelanggan dan sampel berjumlah 94 orang pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* yaitu metode *Purposive Sampling* dan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin. Penulis menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil SPSS, disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi media sosial *Instagram* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Petang Palembang sebesar 46,3% dengan hasil korelasi 0,680 yang berarti adanya hubungan yang kuat antara ketiga variabel tersebut. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda $Y = 5,257 + 0,354X_1 + 0,364X_2$ menyatakan bahwa setiap kenaikan variabel kualitas produk sebesar satu unit maka variabel loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,354 atau 35,4% dan setiap kenaikan variabel promosi media sosial *Instagram* sebesar satu unit maka variabel loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,364 atau 36,4%.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, loyalitas pelanggan, media sosial, *Instagram*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and Instagram social media promotion on customer loyalty at Kopi Petang Palembang. Data collection methods used are interviews, questionnaires, and library research. The total population is 1,650 customers and the sample is 94 customers. The sampling technique used is Non Probability Sampling, namely the Purposive Sampling method and the number of samples is calculated using the Slovin formula. The author uses qualitative and quantitative analysis techniques. Based on the results of SPSS, it was concluded that the product quality variable and Instagram social media promotion had an effect on customer loyalty at Kopi Petang Palembang by 46.3% with a correlation result of 0.680 which means there is a strong relationship between the three variables. Based on the multiple linear regression equation $Y = 5.257 + 0.354X_1 + 0.364X_2$, it states that for each increase in the product quality variable by one unit, the customer loyalty variable will increase by 0.354 or 35.4% and each increase in the Instagram social media promotion variable by one unit means customer loyalty variable will increase by 0.364 or 36.4%.

Keywords: *product quality, promotion, customer loyalty, social media, Instagram*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Metodologi Penelitian	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.5.2 Jenis Dan Sumber Data.....	7
a. Jenis Data.....	7
b. Sumber Data	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	9
a. Riset Lapangan	9
b. Riset Kepusatakaan	9
1.5.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	10
a. Populasi	10
b. Sampel.	10
c. Teknik Sampling	11

	Halaman
1.5.5 Variabel Penelitian.....	11
a. Variabel Independen (Variabel Bebas)	11
b. Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	12
1.5.6 Operasional Variabel	12
1.5.7 Analisis Data	14
a. Analisis Data Kuantitatif	14
b. Pengujian Hipotesis.....	15
c. Analisis Regresi Linier Berganda	18
1.5.8 Kerangka Berpikir.....	18
1.5.9 Hipotesis Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Pemasaran.....	20
2.1.1 Pengertian Pemasaran	20
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	21
2.2 Kualitas Produk.....	22
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.2.2 Pentingnya Kualitas Produk	23
2.2.3 Indikator Kualitas Produk	24
2.3 Promosi.....	24
2.3.1 Pengertian Promosi	24
2.3.2 Tujuan Promosi.....	25
2.4 Media Sosial	27
2.4.1 Pengertian Media Sosial.....	27
2.4.2 Jenis-Jenis Media Sosial.....	27
2.4.4 Indikator Media Sosial	29
2.5 <i>Instagram</i>	30
2.3.1 Pengertian <i>Instagram</i>	30
2.3.2 Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	31
2.6 Loyalitas Pelanggan	32
2.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	32
2.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	33
2.6.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	33
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN.....	34
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	34
3.2 Visi, Misi dan Moto Perusahaan.....	35

	Halaman
3.2.1 Visi Perusahaan.....	35
3.2.2 Misi Perusahaan.....	35
3.2.3 Motto Perusahaan.....	35
3.3 Logo Perusahaan.....	35
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	36
3.4.1 Struktur Organisasi	36
3.4.2 Pembagian Tugas	36
3.5 Produk yang dijual oleh Kopi Petang Palembang.....	38
3.6 Promosi yang dilakukan Kopi Petang Palembang	39
3.7 Karakteristik Responden	45
3.7.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
3.7.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
3.7.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
3.7.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
3.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	47
3.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Media Sosial <i>Instagram</i>	49
3.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Uji Statistik	52
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	56
4.1.2 Uji Hipotesis	57
a. Uji Parsial (Uji t)	57
b. Uji Simultan (Uji f)	58
c. Koefisien Korelasi (R).....	59
d. Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.2 Pembahasan	63
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan ..	64
4.2.2 Pengaruh Promosi Media Sosial <i>Instagram</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	65
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial <i>Instagram</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	66

	Halaman
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pelanggan Kopi Petang Palembang Tahun 2019-2021.....	3
Tabel 1.2	Skala Pengukuran Data	8
Tabel 1.3	Operasional Variabel	12
Tabel 1.4	Interval Koefisien Korelasi	17
Tabel 3.1	Menu Minuman Kopi Petang Palembang	38
Tabel 3.2	Menu Makanan Kopi Petang Palembang	39
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 3.7	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 3.8	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi Media Sosial <i>Instagram</i>	49
Tabel 3.9	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	50
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Media Sosial <i>Instagram</i>	54
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.5	Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
Tabel 4.6	Hasil Uji Simultan (Uji f)	59
Tabel 4.7	Interval Koefisien Korelasi	60
Tabel 4.8	Hasil Uji Koefisien Korelasi	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Berganda	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data (Tren) Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2022	3
Gambar 1.2	<i>Instagram</i> Kopi Petang Palembang.....	4
Gambar 1.3	Kerangka Pikir	18
Gambar 3.1	Logo Kopi Petang Palembang	35
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Kopi Petang Palembang	36
Gambar 3.3	Foto Produk Kopi Petang Palembang	40
Gambar 3.4	<i>Update Story Instagram kotang.id</i>	40
Gambar 3.5	Foto Pelanggan Kopi Petang Palembang	41
Gambar 3.6	Promo <i>Opening</i> Kopi Petang Palembang	41
Gambar 3.7	Kuis Kopi Petang Palembang	42
Gambar 3.8	Promo <i>Buy 1 Get 1</i> Kopi Petang Palembang	42
Gambar 3.9	Promo Produk Literan Kopi Petang Palembang	43
Gambar 3.10	Promo Kopi Pagi Kopi Petang Palembang	43
Gambar 3.11	Promo Vaksin Kopi Petang Palembang	44
Gambar 3.12	<i>Black Card</i> Kopi Petang Palembang	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Pengantar Pengambilan Data
Lampiran 2	Surat Izin Pengambilan Data
Lampiran 3	Surat Balasan Perusahaan
Lampiran 4	Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing 1
Lampiran 5	Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing 2
Lampiran 6	Lembar Bimbingan Pembimbing 1
Lampiran 7	Lembar Bimbingan Pembimbing 2
Lampiran 8	Lembar Persetujuan Proposal Laporan Akhir
Lampiran 9	Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 10	Lembar Kunjungan Mahasiswa
Lampiran 11	Daftar Wawancara
Lampiran 12	Daftar Pernyataan Kuesioner
Lampiran 13	Profil Responden
Lampiran 14	Jawaban Kuesioner
Lampiran 15	Hasil Perhitungan SPSS
Lampiran 16	Dokumentasi
Lampiran 17	Lembar Revisi

2918 22/3

Hal: Permohonan Surat Pengantar
Pengambilan Data

Palembang, 18 Maret 2022

Yth. Wakil Direktur I
Politeknik Negeri Sriwijaya

Berdasarkan kurikulum Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya bahwa Laporan Akhir merupakan mata kuliah yang wajib dilaksanakan pada semester VI (enam). Untuk itu kami akan segera melakukan penelitian ke perusahaan guna melaksanakan pembuatan Laporan Akhir yang merupakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan.

Sehubungan dengan hal tersebut saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Frieska Tri Wulandari
NPM : 061930600143
Semester/Kelas : VI/6NF
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah yang diambil : Manajemen Pemasaran

Mohon kepada Bapak agar dapat membuat Surat Pengantar Pengambilan Data yang ditujukan kepada perusahaan/instansi tempat kami melakukan penelitian. Adapun surat pengantar tersebut ditujukan kepada:

Nama Instansi : Rumah Kopi Petang
Nama Jabatan : Manajer Rumah Kopi Petang
Alamat : Lorok Pakjo, Kec.Iilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan

Besar harapan kami agar Bapak dapat mengabulkan permohonan ini. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001

Hormat saya,

Frieska Tri Wulandari
NPM 061930600143



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara Bukit Besar – Palembang 30139

Telepon 0711-353414 Faximili 0711-355918

Laman : <http://polsri.ac.id>, Pos El : info@polsri.ac.id

Nomor : 2418/PL6.3.1/SP/2022

22 Maret 2022

Hal : Izin Pengambilan Data

Yth. Manager
Rumah Kopi Petang
Lorok Pakjo Kecamatan Ilir Barat I
Palembang

Dengan hormat,

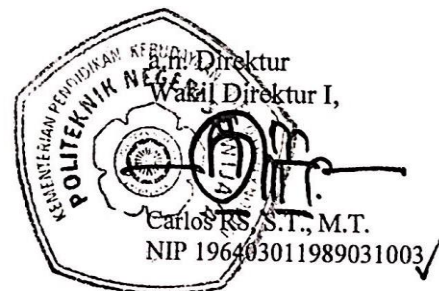
Sesuai dengan kurikulum Jurusan Administrasi Bisnis pada Politeknik Negeri Sriwijaya, Laporan Akhir merupakan mata kuliah wajib pada semester VI (enam). Untuk itu mahasiswa kami memerlukan data untuk penyusunan Laporan Akhir tersebut.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon Bapak/Ibu dapat memberikan izin dan membantu mahasiswa kami ini untuk mengumpulkan data.

Mahasiswa kami yang akan mengumpulkan data tersebut adalah :

No	Nama	NPM	Kelas	Jurusan/ Program Studi
1	Frieska Tri Wulandari	0619 3060 0143	6 NF	Administrasi Bisnis

Atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.

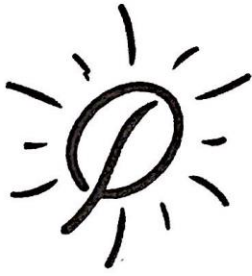


Tembusan:

1. Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
2. Yang bersangkutan



PC04/BAAK/2022



KOPI PETANG

Jalan Demang Lebar Daun, Lorok Pakjo, Ilir Barat 1 Palembang
Instagram: Kotang.id
Email: kopipetangplg@gmail.com

Nomor : -
Hal : Surat Balasan Izin Pengambilan Data

Palembang, 28 Maret 2022

Yth. Wakil Direktur I
Politeknik Negeri Sriwijaya
Palembang

Dengan hormat,


Sesuai dengan surat Bapak Nomor: 2418/PL6.3.1/SP/2022 pada tanggal 22 Maret 2022 perihal izin pengambilan data atas nama:

No	Nama	NPM	Kelas	Jurusan/ Program Studi
1	Frieska Tri Wulandari	061930600143	6 NF	Administrasi Bisnis

Dengan ini diberitahukan kepada Bapak bahwa mahasiswa tersebut di atas diberikan izin pengambilan data di lingkungan Kopi Petang Palembang guna untuk melaksanakan pembuatan Laporan Akhir.

Demikianlah surat ini kami buat sebenar-benarnya untuk data digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Hormat kami,
Kopi Petang Palembang


Ari Wahyudi Wijaya
Owner



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara Palembang 30139
Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website: www.polsriwijaya.ac.id Email: info@polsri.ac.id



LEMBAR KESEPAKATAN LAPORAN AKHIR (LA)

Kami yang bertanda tangan dibawah ini:

Pihak Pertama

Nama Mahasiswa : Frieska Tri Wulandari
NPM : 061930600143
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis

Pihak Kedua

Nama : Purwati, S.E., M.M
NIP : 196507111988032002
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis

Pada hari ini tanggal 14 Maret 2022 telah sepakat untuk melaksanakan konsultasi bimbingan Laporan Akhir.

Konsultasi bimbingan sekurang-kurangnya 1 kali dalam satu minggu. Pelaksanaan bimbingan pada setiap hari Senin dan Kamis Pukul 09.30 & 16.00 WIB, tempat di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian kesepakatan ini dibuat dengan penuh kesadaran guna kelancaran penyelesaian Laporan Akhir.

Pihak Pertama

Frieska Tri Wulandari
NPM 061930600143

Palembang, 14 Maret 2022

Pihak Kedua

Purwati, S.E., M.M
NIP 196507111988032002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara Palembang 30139

Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website: www.polsriwijaya.ac.id Email: info@polsri.ac.id



LEMBAR KESEPAKATAN LAPORAN AKHIR (LA)

Kami yang bertanda tangan dibawah ini:

Pihak Pertama

Nama Mahasiswa : Frieska Tri Wulandari
NPM : 061930600143
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis

Pihak Kedua

Nama : Mariskha Z, S.E., M.M
NIP : 197805192006042001
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis

Pada hari ini Senin tanggal 14 Maret 2022 telah sepakat untuk melaksanakan konsultasi bimbingan Laporan Akhir.

Konsultasi bimbingan sekurang-kurangnya 1 kali dalam satu minggu. Pelaksanaan bimbingan pada setiap hari Jum'at Pukul 09.00 WIB, tempat di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian kesepakatan ini dibuat dengan penuh kesadaran guna kelancaran penyelesaian Laporan Akhir.

Pihak Pertama

Frieska Tri Wulandari
NPM 061930600143

Palembang, 14 Maret 2022

Pihak Kedua

Mariskha Z, S.E., M.M
NIP 197805192006042001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara Palembang 30139

Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website: www.polsriwijaya.ac.id Email: info@polsri.ac.id

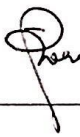


LEMBAR BIMBINGAN LAPORAN AKHIR

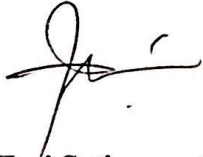
Lembar 1

Nama Mahasiswa/NPM : Frieska Tri Wulandari/061930600143
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial *Instagram* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Petang Palembang
Dosen Pembimbing I / II*) : Purwati, S.E., M.M

No	Tanggal	Uraian Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	11 April 2022	Pengajuan Proposal	
2.	23 Mei 2022	Perbaikan Proposal	
3.	3 Juni 2022	Perbaikan Proposal	
4.	20 Juni 2022	ACC Proposal	
5.	21 Juni 2022	Bab I-III	
6.	30 Juni 2022	Perbaikan Bab I-III, Lanjut Bab IV&V	
7.	15 Juli 2022	ACC Bab I-III, Perbaikan Bab IV&V	
8.	17 Juli 2022	ACC Bab I-IV	
9.	18 Juli 2022	ACC Bab V	

No	Tanggal	Uraian Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
10.	20 Juli 2022	ACC Keseluruhan	
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Mengetahui
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001

Palembang, 19 Juli 2022
Menyetujui,
Dosen Pembimbing I



Purwati, S.E., M.M
NIP 196507111988032002

Catatan:

*) melingkari angka yang sesuai

Ketua jurusan/Ketua Program Studi harus memeriksa jumlah pelaksanaan bimbingan sesuai yang dipersyaratkan dalam Pedoman Laporan Akhir sebelum menandatangani lembar bimbingan ini. Lembar pembimbingan LA ini harus dilampirkan dalam Laporan Akhir.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara Palembang 30139
Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website: www.polsriwijaya.ac.id Email: info@polsri.ac.id






LEMBAR BIMBINGAN LAPORAN AKHIR


Lembar 1

Nama Mahasiswa/NPM : Frieska Tri Wulandari/061930600143
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial *Instagram* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Petang Palembang
Dosen Pembimbing I / II*) : Mariskha Z, S.E., M.M


No	Tanggal	Uraian Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	15 Maret 2022	Pengajuan proposal	
2.	16 April 2022	Perbaikan proposal	
3.	27 April 2022	Perbaikan proposal	
4.	12 Mei 2022	Perbaikan proposal	
5.	23 Mei 2022	Perbaikan proposal	
6.	02 Juni 2022	Perbaikan proposal	
7.	20 Juni 2022	ACC proposal	
8.	22 Juni 2022	BAB I, II, dan III	
9.	27 Juni 2022	Perbaikan BAB I, II, & III. Lanjut BAB 4 & 5.	

No	Tanggal	Uraian Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
10.	02 Juli 2022	ACC BAB I, II, & III, Perbaikan BAB 4 & 5.	
11.	14 Juli 2022	Perbaikan BAB 4 & 5.	
12.	19 Juli 2022	ACC kegeluruhan	
13.			
14.			
15.			

Mengetahui
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis


Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001

Palembang, 19 Juli 2022
Menyetujui,
Dosen Pembimbing II


Mariskha Z, S.E., M.M
NIP 197805192006042001

Catatan:

*) melingkari angka yang sesuai

Ketua jurusan/Ketua Program Studi harus memeriksa jumlah pelaksanaan bimbingan sesuai yang dipersyaratkan dalam Pedoman Laporan Akhir sebelum menandatangani lembar bimbingan ini. Lembar pembimbingan LA ini harus dilampirkan dalam Laporan Akhir.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara Palembang 30139

Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918

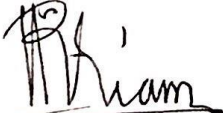
Website: www.polsriwijaya.ac.id Email: info@polsri.ac.id




LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL LAPORAN AKHIR

1. Judul Proposal Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial *Instagram* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Petang Palembang
2. Jenis Proposal Laporan Akhir : Penelitian
3. Bidang Ilmu : Manajemen Pemasaran
4. Identitas Mahasiswa
 - Nama : Frieska Tri Wulandari
 - NPM : 061930600143
 - Kelas : 6NF
 - Jurusan : Administrasi Bisnis
 - Program Studi : DIII/Administrasi Bisnis

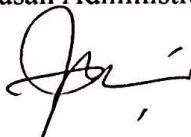
Pembimbing I


Purwati, S.E., M.M
NIP 196507111988032002

Palembang, Juli 2022
Pembimbing II


Mariskha Z, S.E., M.M
NIP 197805192006042001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis


Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139 Telp. 0711-353414 fax. 0711-355918 Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id	 
	REKOMENDASI UJIAN LAPORAN AKHIR (LA), SKRIPSI (TUGAS AKHIR)	

Pembimbing Laporan Akhir memberikan rekomendasi kepada,

Nama : Frieska Tri Wulandari

NPM : 061930600143


Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis / D3 Administrasi
Bisnis

Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan
Promosi Media Sosial Instagram
terhadap Loyalitas Pelanggan
pada Kopi Petang Palembang

Mahasiswa tersebut telah memenuhi persyaratan dan dapat mengikuti Ujian
Laporan Akhir (LA) pada Tahun Akademik 2022


Palembang, 19 Juli 2022

Pembimbing I,


 (..... PURWATI)

NIP 196507111988032002

Pembimbing II,


 (..... Manissha. F)

NIP 197805192006042001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara Palembang 30139

Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website: www.polsriwijaya.ac.id Email: info@polsri.ac.id



LEMBAR KUNJUNGAN MAHASISWA

Nama Mahasiswa/NPM : Frieska Tri Wulandari/061930600143
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial *Instagram* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Petang Palembang
Pembimbing 1 : Purwati, S.E., M.M
Pembimbing 2 : Mariskha Z, S.E., M.M
Nama Perusahaan/ Instansi : Kopi Petang Palembang

No	Tanggal Kunjungan	Keterangan Tugas	Cap dan Tanda Tangan Perusahaan
1.	24 Maret 2022	Mengantar surat izin pengambilan data	
2.	28 Maret 2022	Mengambil surat balasan izin pengambilan data	
3.	29 Maret 2022	Wawancara dengan pemilik Kopi Petang Palembang	
4.	7 Juli 2022	Menyebarkan kuesioner kepada pelanggan	

Pembimbing I

Purwati, S.E., M.M
NIP 196507111988032002

Palembang, Juli 2022

Pembimbing II

Mariskha Z, S.E., M.M
NIP 197805192006042001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001

DAFTAR WAWANCARA

Nama Narasumber : Ari Wahyudi Wijaya

Jabatan : Owner & Founder

Tanggal : 29 Maret 2022

Pertanyaan	Jawaban
Kapan usaha Kopi Petang ini didirikan?	Berdirinya Kopi Petang ini pada awal tahun 2019.
Bagaimana sejarah singkat berdirinya Kopi Petang?	Berdirinya Kopi Petang sendiri pada awal tahun 2019 yaitu Ari Wahyudi Wijaya selaku <i>owner</i> sekaligus <i>founder</i> dari Kopi Petang Palembang melihat adanya peluang bisnis untuk penjualan kopi yang sedang ramai pada tahun itu. Beliau memulai bisnisnya dengan konsep " <i>Coffee to Go</i> " atau secara awam kopi dengan penjualan <i>online</i> saja di daerah Kambang Iwak, kota Palembang dengan booth kecil berukuran 3x2 m . Ide bisnis penjualan kopi ini dipilih karena pada tahun 2019 saat itu memang sedang ramai bisnis kopi. Setelah 6 bulan membuka konsep " <i>Coffee to Go</i> " Kopi Petang sudah mampu balik modal karena penjualan yang ramai dan range harga yang mereka tawarkan juga masih ramah di kantong untuk pelajar maupun pegawai. Akhir tahun 2019, <i>founder</i> mengembangkan bisnisnya dengan membuka <i>coffe shop</i> pertama dengan konsep <i>coffee shop</i> konvensional, ada penjualan <i>dine in</i> dan <i>online</i> di daerah Jalan Demang Lebar Daun kota Palembang tepatnya di Lorok Pakjo. Kopi Petang akhirnya memiliki tempat dengan konsep <i>coffee shop</i> yang memungkinkan pelanggan untuk <i>ngopi</i> atau makan di tempat untuk sekadar <i>nongkrong</i> atau <i>nugas</i> .
Melalui media apa Kopi Petang mempromosikan produknya agar lebih dikenal masyarakat?	Kopi Petang memanfaatkan media sosial seperti <i>Instagram</i> sebagai media untuk mempromosikan bisnisnya.
Sejak kapan Kopi Petang menggunakan <i>Instagram</i> sebagai media promosi?	<i>Instagram</i> digunakan sebagai media promosi oleh Kopi Petang sejak awal membuka pada awal tahun 2019.
Kenapa memilih <i>Instagram</i> sebagai media promosi?	<i>Instagram</i> dipilih Karena target market atau target sasaran dari Kopi Petang itu sendiri adalah

	<p>mahasiswa, generasi Z atau milenial tahun 2000-an yang di mana generasi tersebut banyak menggunakan <i>Instagram</i> ketimbang aplikasi lain seperti misalnya <i>facebook</i>, yang di mana saat ini <i>facebok</i> sudah jarang digunakan oleh mahasiswa atau anak muda dan lebih banyak digunakan Bapak-Bapak atau Ibu-Ibu, jadi menurut <i>owner</i> Kopi Petang lebih baik menggunakan <i>Instagram</i> sebagai media promosi mereka dibandingkan media sosial lainnya. Jadi karna target utamanya mahasiswa, dan banyak mahasiswa yg menggunakan <i>Instagram</i>, hal it lah yg menjadi alasan Kopi Petang menggunakan media <i>Instagram</i> sebagai media promosinya.</p>
<p>Bagaimana cara Kopi Petang menggunakan <i>Instagram</i> sebagai media promosi? Proses promosinya seperti apa?</p>	<p>Promosi yang dijalankan oleh Kopi Petang berupa <i>upload</i> foto dan video di <i>Instagram</i> Kopi Petang serta membuat konten-konten yang dapat menarik konsumen. Pada akun <i>Instagram</i> Kopi Petang memiliki <i>followers</i> (pengikut) sebanyak 3.685. Kopi Petang juga suka memberikan <i>discount</i> (potongan harga), promo <i>buy 1 get 1</i>, atau promo berhadiah.</p>
<p>Selain melakukan promosi, strategi apa lagi yang dijalankan oleh Kopi Petang untuk menarik pelanggan?</p>	<p>Selain menjalankan promosi, kami juga memperhatikan setiap kualitas dari produk yang dihasilkan dengan menggunakan bahan-bahan yang tentunya halal, menjaga kebersihan, agar kualitas produk yg dihasilkan tetap higienis dan terjamin.</p>
<p>Apakah ada kendala dalam menjalankan bisnis ini dan bagaimana pelanggan yang datang?</p>	<p>Kendala yang dihadapi tentunya semakin banyak pesaing di dunia yang sama. Pelanggan yang datang juga cukup banyak, dengan jumlah pelanggan sehari 50-60 orang. Dari jumlah pelanggan itu juga termasuk didalamnya pelanggan yang tetap atau loyal yang datang ke Kopi Petang.</p>
<p>Berapa tempat yang dimiliki oleh Kopi Petang saat ini?</p>	<p>Kopi Petang baru memiliki satu tempat yang terletak di Lorok Pakjo Palembang dan belum memiliki cabang lain.</p>

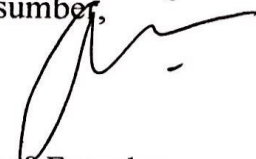
Pewawancara,



Frieska Tri Wulandari

Palembang, Juli 2022

Narasumber,



Owner & Founder
Kopi Petang Palembang

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KOPI PETANG PALEMBANG

a. Identitas Responden

Nama :

Umur : < 20 tahun
 21- 25 tahun
 26 – 30 tahun
 > 30 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

Pendidikan Terakhir : SMP
 SMA/SMK
 Diploma
 S1
 Lainnya

Pekerjaan : Pegawai Negeri
 Karyawan Swasta
 Wirausaha
 Mahasiswa/pelajar
 Lainnya

b. Pernyataan Responden

Pilihlah salah satu jawaban dari masing-masing pernyataan sesuai dengan pendapat Anda dan berikan tanda centang (√)

Keterangan Jawaban:

1. Sangat Tidak Setuju (STS): 1
2. Tidak Setuju (TS) : 2
3. Cukup Setuju (CS) : 3
4. Setuju (S) : 4
5. Sangat Setuju (SS) : 5

c. Daftar Pernyataan

(X₁) Kualitas Produk

No.	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1.	Kopi Petang memberikan kenikmatan rasa yang maksimal.						
2.	Kopi Petang memberikan rasa kopi kekinian.						
3.	Kopi Petang memiliki kemasan yang praktis untuk dibawa.						
4.	Kopi Petang memiliki varian kopi yang lengkap.						
5.	Kopi Petang menggunakan bahan yang berkualitas sehingga bersih dan terjamin.						
6.	Kopi Petang memiliki kemasan produk yang aman dan tidak mudah rusak.						
7.	Produk yang dijual Kopi Petang sudah sesuai dengan standar kelayakan produk.						
8.	Kopi Petang menjual produk-produk halal.						
9.	Kopi Petang memiliki kemasan yang sesuai dengan standar sehingga mampu menjaga kualitas produk tetap higienis.						

(X₁) Kualitas Produk

10.	Produk dari Kopi Petang ketika dibawa pulang tetap bisa dinikmati.						
11.	Kopi Petang memiliki pelayanan yang baik.						
12.	Penyajian dari produk Kopi Petang dilakukan secara cepat.						
13.	Kemasan produk Kopi Petang memiliki desain logo yang unik sehingga mudah diingat.						

(X₂) Promosi Media Sosial *Instagram*

No.	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1.	Informasi tentang produk Kopi Petang disajikan dalam bentuk foto dan video yang unik dan menarik.						
2.	Informasi yang disampaikan tentang Kopi Petang di <i>Instagram</i> menggunakan bahasa yang mudah dipahami.						
3.	Informasi yang diberikan Kopi Petang melalui <i>Instagram</i> sangat jelas dan mudah dipahami.						
4.	Admin <i>Instagram</i> Kopi Petang merespon pertanyaan/ <i>mention</i> dari <i>followers</i> dengan baik.						
5.	Menanggapi informasi yang disampaikan Kopi Petang melalui akun <i>Instagram</i> dengan <i>like</i> dan <i>comment</i> .						

(X₂) Promosi Media Sosial *Instagram*

6.	Mengikuti akun <i>Instagram</i> Kopi Petang dapat lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan Kopi Petang.						
----	--	--	--	--	--	--	--

(Y) Loyalitas Pelanggan

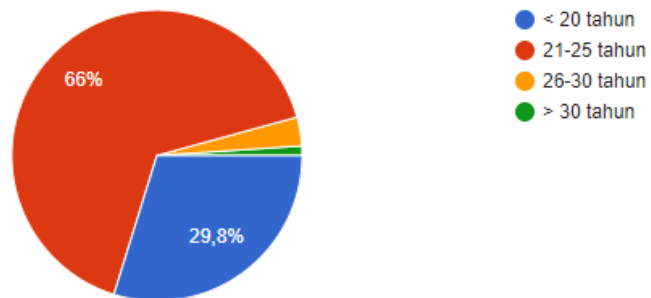
No.	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1.	Telah melakukan pembelian produk di Kopi Petang lebih dari satu kali.						
2.	Akan melakukan pembelian kembali produk di Kopi Petang.						
3.	Akan melakukan pembelian minuman dan makanan terbaru dari Kopi Petang.						
4.	Akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk Kopi Petang.						
5.	Akan selalu menceritakan hal-hal baik atau positif tentang produk Kopi Petang kepada teman atau kerabat.						
6.	Tetap membeli produk di Kopi Petang meskipun ada tawaran dari kedai kopi lain yang lebih menarik.						

Profil Responden

Berdasarkan Umur

Umur

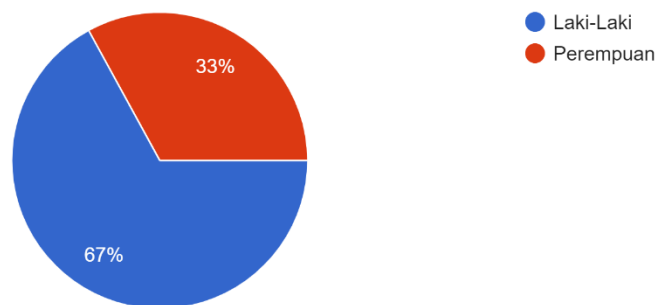
94 jawaban



Berdasarkan Jenis Kelamin

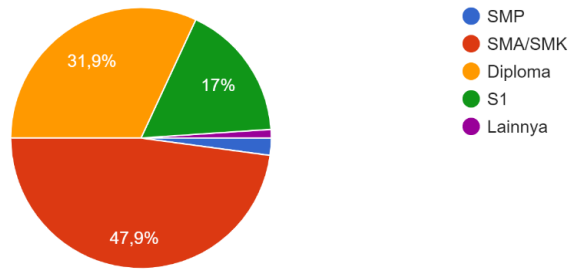
Jenis Kelamin

94 jawaban



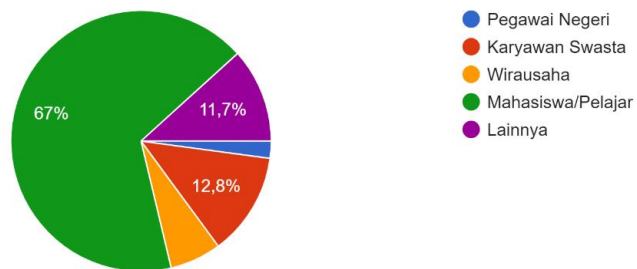
Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir
94 jawaban



Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan
94 jawaban



Daftar Responden

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1	Gentha Rukmana Putra	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
2	Karina Frisca Bella	< 20 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
3	Mimi Armira	< 20 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
4	Hambali	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
5	Anat Herdian	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
6	Muhammad Habiburrahman	< 20 tahun	Laki-Laki	S1	Mahasiswa/Pelajar
7	Yuliana	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Wirausaha
8	M Rizki Putra Pratama	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
9	M. Sergio Saputra	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
10	Leri	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
11	Alfath	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Lainnya
12	Muhammad Satria Wirayuda	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
13	Fauzan	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Wirausaha
14	Menyna Kurnia Putri	21-25 tahun	Perempuan	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
15	Karina Adella	21-25 tahun	Perempuan	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
16	vaqsy	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
17	Kurnia Azaharo Jannah	21-25 tahun	Perempuan	S1	Mahasiswa/Pelajar
18	Ikendi williansyah	26-30 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Lainnya
19	Mgs. M. Arif Rizki	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
20	Muhaimin	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Wirausaha
21	M agus saputra	26-30 tahun	Laki-Laki	SMP	Wirausaha
22	Adit	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Lainnya
23	Syaiful Bahari	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Mahasiswa/Pelajar
24	Yusril Izha Mahendra	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
25	Sendy shah alam	> 30 tahun	Laki-Laki	Lainnya	Karyawan Swasta
26	Reynaldi	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
27	M.Rizky Wahyudi	< 20 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
28	Jordhy Appero	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
29	M. Hari Setyawan	< 20 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
30	Reynaldi	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
31	M Andika Pratama	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
32	Reynaldi	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
33	Muhammad Ocky Iswandhi	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
34	M.Alwi Syabib	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
35	Salsha Reihan Farradea	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
36	Donni Prayogi	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Lainnya

37	Yossi Pratama	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
38	Rio fajariandy elparizi	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Lainnya
39	yusril	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
40	aflah maulana	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
41	Abidin	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Mahasiswa/Pelajar
42	Dzulfiqor ammar	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Karyawan Swasta
43	M.Fikri Azhari	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Lainnya
44	Farhan Ramadhan	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
45	tya fanio	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Lainnya
46	Aurelia Putri Omarni	21-25 tahun	Perempuan	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
47	Muhammad Ilham	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
48	Muhammad Nando Marco	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
49	Cici Elna Sari	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
50	Nata	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
51	Tiara azzahra	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
52	emy	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
53	Sevira Dwi Putri	21-25 tahun	Perempuan	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
54	Ice Nurmala	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
55	Resy	21-25 tahun	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
56	Selvani Dian Mentari	< 20 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
57	Arkan khalifi	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
58	bayu cakra wj	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
59	Nabila Ulfah	21-25 tahun	Perempuan	S1	Lainnya
60	Rienetta Faniselya	26-30 tahun	Perempuan	Diploma	Lainnya
61	Bimo samudra	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Lainnya
62	Zelvin salwasari	< 20 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Karyawan Swasta
63	Okta Priyantono. Bs	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
64	Pandu jembar nugroho	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
65	Nadia Carolina	21-25 tahun	Perempuan	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
66	Rina Yuniarti	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Karyawan Swasta
67	Yoga pratama	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Karyawan Swasta
68	Muhammad ferary alif	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Mahasiswa/Pelajar
69	Mersa Gestiantini	< 20 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
70	Vina Syafirah Putri	21-25 tahun	Perempuan	S1	Karyawan Swasta
71	Fayra Hannayudia	< 20 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
72	Fitri	21-25 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
73	Nia Cahya Lestari	< 20 tahun	Perempuan	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
74	Deehan Dhaninjaya	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Karyawan Swasta
75	Mahawira Dhaniswara	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Wirausaha
76	Abisena Mahari	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Pegawai Negeri
77	Rivaldo	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar

78	Magenta akbar	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Wirausaha
79	Dirga Muttaqin	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Karyawan Swasta
80	Hanif arkan	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
81	Ridho Reihan	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
82	Rizki wahyu	< 20 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
83	Alisha putri	< 20 tahun	Perempuan	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
84	Regan	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Wirausaha
85	Irnal ferdiyansyah	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
86	Aris arahman	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Karyawan Swasta
87	Hegy weliandri putra	21-25 tahun	Laki-Laki	SMA/SMK	Karyawan Swasta
88	Reyka firhansyah	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Pegawai Negeri
89	Adit hasyim	21-25 tahun	Laki-Laki	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
90	Muhammad Iqbal Mauludin	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Mahasiswa/Pelajar
91	Rahmaa aulia	< 20 tahun	Perempuan	SMP	Mahasiswa/Pelajar
92	Della Iklima Sholeha	21-25 tahun	Perempuan	Diploma	Mahasiswa/Pelajar
93	Abizard Waskita Walen	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Karyawan Swasta
94	Remi Akbarimansyah	21-25 tahun	Laki-Laki	S1	Lainnya

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL /INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KOPI PETANG PALEMBANG

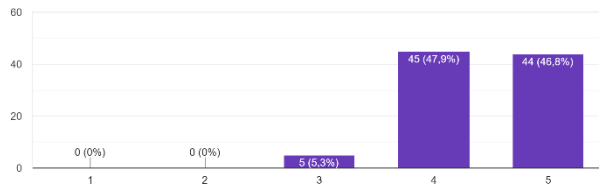
Jawaban Kuesioner Responden 94 Orang

X1													X2						Y								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	56	4	4	4	4	3	4	23	5	5	5	5	5	4	29
5	4	3	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	51	5	4	5	4	4	4	26	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	56	4	5	5	4	4	1	23	2	5	3	5	4	5	24
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	4	29
5	3	3	4	5	4	3	5	5	4	2	3	3	46	3	4	4	3	3	4	21	1	3	2	4	4	2	16
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	57	5	5	5	4	5	4	28	4	5	4	5	5	4	27
5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	4	50	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58	4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	3	3	2	23
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	55	3	4	5	5	5	4	26	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	56	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	54	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	51	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	51	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	53	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	54	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30
4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	51	4	5	5	4	4	3	25	5	4	4	4	4	4	25
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	45	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	53	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	5	5	30
5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	53	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	4	5	5	30

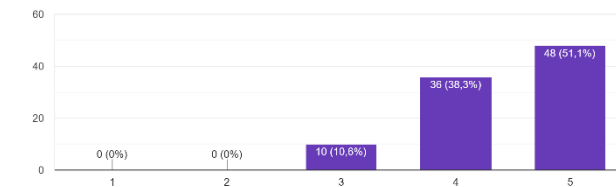
Jawaban Kuesioner Responden

Kualitas Produk (X₁)

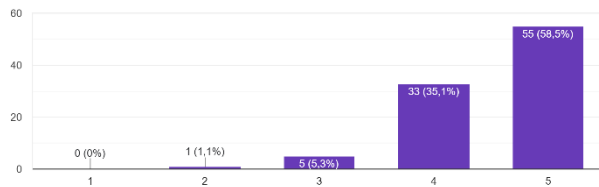
Kopi Petang memberikan kenikmatan rasa yang maksimal.
94 jawaban



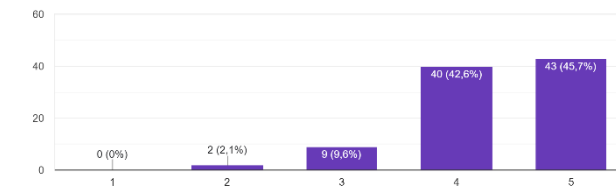
Kopi Petang memberikan rasa kopi kekinian.
94 jawaban



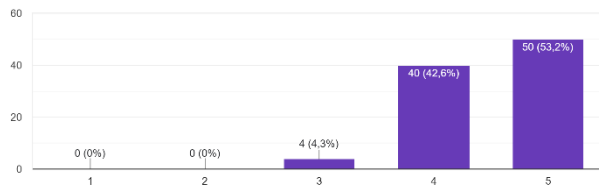
Kopi Petang memiliki kemasan yang praktis untuk dibawa.
94 jawaban



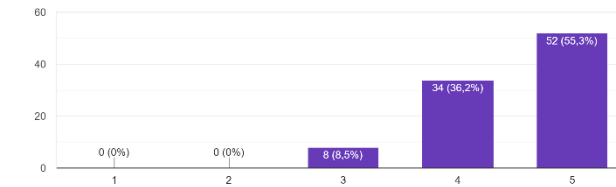
Kopi Petang memiliki varian kopi yang lengkap.
94 jawaban



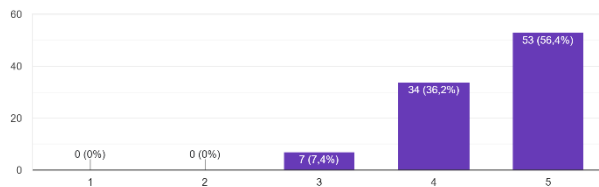
Kopi Petang menggunakan bahan yang berkualitas sehingga bersih dan terjamin.
94 jawaban



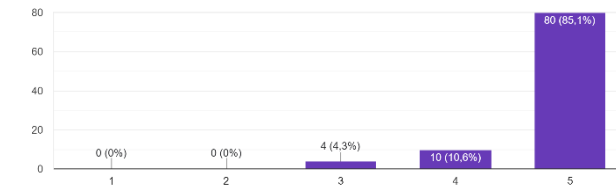
Kopi Petang memiliki kemasan produk yang aman dan tidak mudah rusak.
94 jawaban



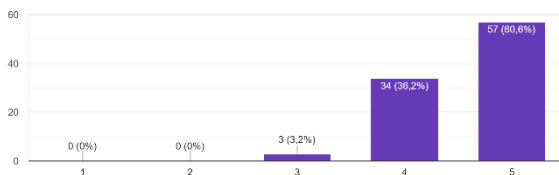
Produk yang dijual Kopi Petang sudah sesuai dengan standar kelayakan produk.
94 jawaban



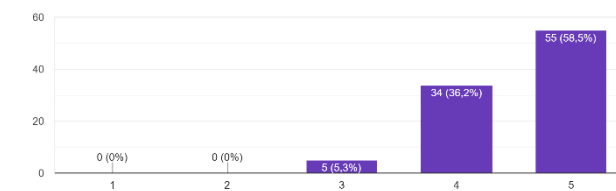
Kopi Petang menjual produk-produk halal.
94 jawaban



Kopi Petang memiliki kemasan yang sesuai dengan standar sehingga mampu menjaga kualitas produk tetap higienis.
94 jawaban

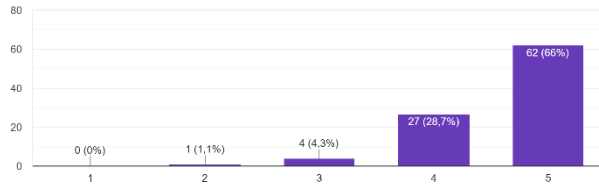


Produk dari Kopi Petang ketika dibawa pulang tetap bisa dinikmati.
94 jawaban



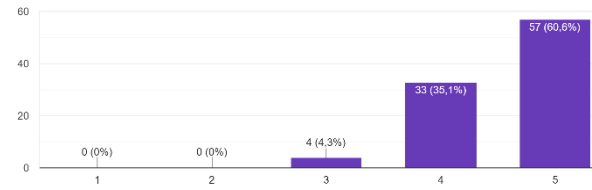
Kopi Petang memiliki pelayanan yang baik.

94 jawaban



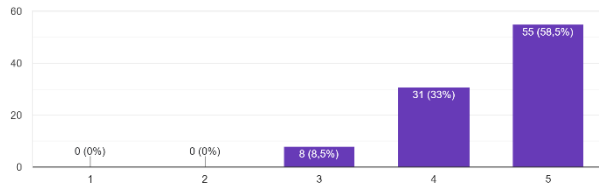
Penyajian dari produk Kopi Petang dilakukan secara cepat.

94 jawaban



Kemasan produk Kopi Petang memiliki desain logo yang unik sehingga mudah diingat.

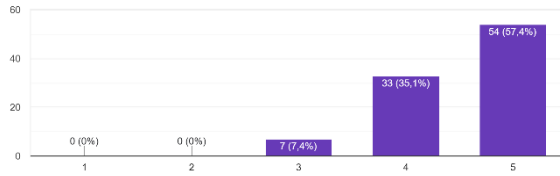
94 jawaban



Promosi Media Sosial Instagram (X₂)

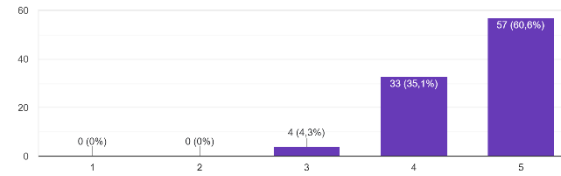
Informasi tentang produk Kopi Petang di Instagram disajikan dalam bentuk foto dan video yang unik dan menarik.

94 jawaban



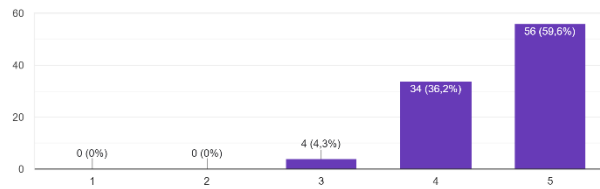
Informasi yang disampaikan tentang Kopi Petang di Instagram menggunakan bahasa yang mudah dipahami.

94 jawaban



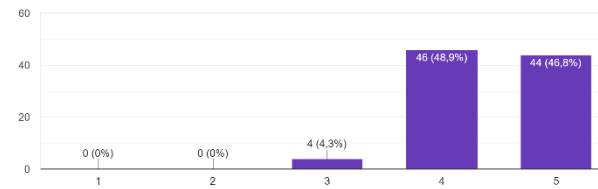
Informasi yang diberikan Kopi Petang melalui Instagram sangat jelas dan mudah dipahami.

94 jawaban



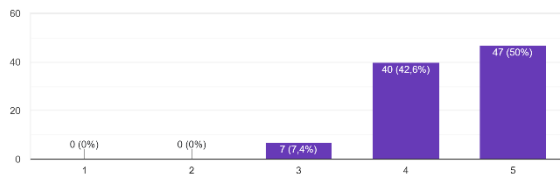
Admin Instagram Kopi Petang merespon pertanyaan/mention dari followers dengan baik.

94 jawaban



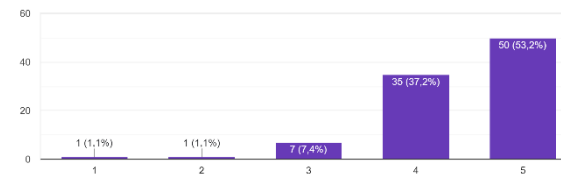
Menanggapi informasi yang disampaikan Kopi Petang melalui akun Instagram dengan like dan comment.

94 jawaban



Mengikuti akun Instagram Kopi Petang dapat lebih mengetahui tentang produk yang ditawarkan Kopi Petang.

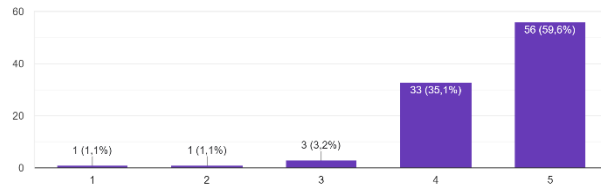
94 jawaban



Loyalitas Pelanggan (Y)

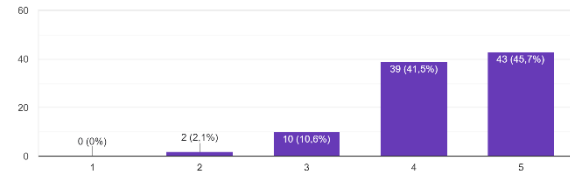
Telah melakukan pembelian produk di Kopi Petang lebih dari satu kali.

94 jawaban



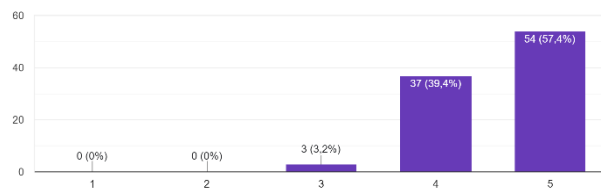
Tetap membeli produk di Kopi Petang meskipun ada tawaran dari kedai kopi lain yang lebih menarik.

94 jawaban



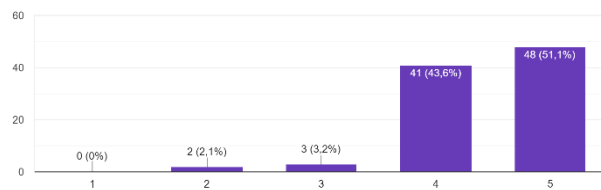
Akan melakukan pembelian kembali produk di Kopi Petang.

94 jawaban



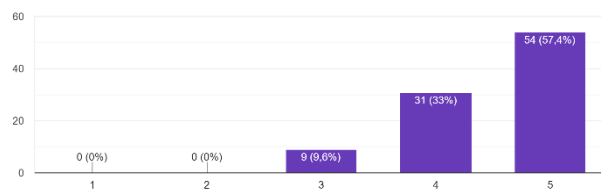
Akan melakukan pembelian minuman dan makanan terbaru dari Kopi Petang.

94 jawaban



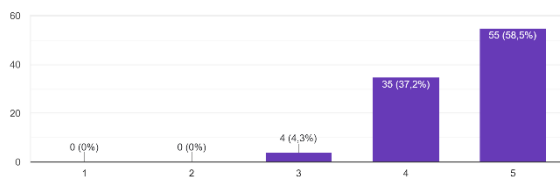
Akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk Kopi Petang.

94 jawaban



Akan selalu menceritakan hal-hal baik atau positif tentang produk Kopi Petang kepada teman atau kerabat.

94 jawaban



Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	Kualitas Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	.497**	.274**	.450**	.531**	.453**	.348**	.075	.329**	.275**	.140	.237**	.339**	.586**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.000	.000	.000	.001	.474	.001	.007	.180	.021	.001	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.2	Pearson Correlation	.497**	1	.356**	.526**	.382**	.518**	.400**	.106	.307**	.418**	.465**	.335**	.390**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.311	.003	.000	.000	.001	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.3	Pearson Correlation	.274**	.356**	1	.326**	.284**	.520**	.442**	.409**	.472**	.453**	.300**	.298**	.228**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.001	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.004	.027	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.4	Pearson Correlation	.450**	.526**	.326**	1	.471**	.618**	.341**	.157	.379**	.316**	.260**	.273**	.398**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.001	.131	.000	.002	.011	.008	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.5	Pearson Correlation	.531**	.382**	.284**	.471**	1	.653**	.451**	.375**	.581**	.432**	.442**	.352**	.383**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.6	Pearson Correlation	.453**	.518**	.520**	.618**	.653**	1	.624**	.417**	.542**	.457**	.442**	.364**	.482**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.7	Pearson Correlation	.348**	.400**	.442**	.341**	.451**	.624**	1	.275**	.350**	.452**	.351**	.264**	.481**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.000	.000		.007	.001	.000	.001	.010	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.8	Pearson Correlation	.075	.106	.409**	.157	.375**	.417**	.275**	1	.452**	.203**	.269**	.126	.168	.448**
	Sig. (2-tailed)	.474	.311	.000	.131	.000	.000	.007		.000	.050	.009	.225	.107	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.9	Pearson Correlation	.329**	.307**	.472**	.379**	.581**	.542**	.350**	.452**	1	.636**	.407**	.449**	.400**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.10	Pearson Correlation	.275**	.418**	.453**	.316**	.432**	.457**	.452**	.203**	.636**	1	.435**	.475**	.440**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.050	.000		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.11	Pearson Correlation	.140	.465**	.300**	.260**	.442**	.442**	.351**	.269**	.407**	.435**	1	.500**	.394**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.180	.000	.003	.011	.000	.000	.001	.009	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.12	Pearson Correlation	.237**	.335**	.298**	.273**	.352**	.364**	.264**	.126	.449**	.475**	.500**	1	.314**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.021	.001	.004	.008	.001	.000	.010	.225	.000	.000	.000		.002	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.13	Pearson Correlation	.339**	.390**	.228**	.398**	.383**	.482**	.481**	.168	.400**	.440**	.394**	.314**	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.027	.000	.000	.000	.000	.107	.000	.000	.000	.002		.000

N		94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Kualitas	Pearson Correlation	.586**	.683**	.627**	.666**	.735**	.835**	.680**	.448**	.724**	.697**	.630**	.578**	.641**	.1
Produk	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Promosi Media Sosial Instagram
X2.1	Pearson Correlation	1	.643**	.540**	.544**	.486**	.409**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.2	Pearson Correlation	.643**	1	.696**	.497**	.591**	.207*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.045	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.3	Pearson Correlation	.540**	.696**	1	.542**	.543**	.168	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.106	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.4	Pearson Correlation	.544**	.497**	.542**	1	.453**	.406**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.5	Pearson Correlation	.486**	.591**	.543**	.453**	1	.426**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.6	Pearson Correlation	.409**	.207*	.168	.406**	.426**	1	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000	.045	.106	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Promo si Media Sosial Instagr am	Pearson Correlation	.804**	.788**	.752**	.756**	.778**	.622**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Loyalitas Pelanggan
Y.1	Pearson Correlation	1	.414**	.589**	.372**	.375**	.262*	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.011	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y.2	Pearson Correlation	.414**	1	.522**	.561**	.475**	.395**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y.3	Pearson Correlation	.589**	.522**	1	.479**	.561**	.415**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y.4	Pearson Correlation	.372**	.561**	.479**	1	.571**	.480**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y.5	Pearson Correlation	.375**	.475**	.561**	.571**	1	.407**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y.6	Pearson Correlation	.262*	.395**	.415**	.480**	.407**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.689**	.740**	.803**	.777**	.748**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	98.9
	Excluded ^a	1	1.1
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	13

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.39	.609	94
X1.2	4.40	.677	94
X1.3	4.51	.652	94
X1.4	4.30	.745	94
X1.5	4.50	.582	94
X1.6	4.47	.651	94
X1.7	4.50	.635	94
X1.8	4.81	.492	94
X1.9	4.59	.557	94
X1.10	4.53	.599	94

X1.11	4.60	.628	94
X1.12	4.57	.577	94
X1.13	4.50	.652	94

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	54.28	24.826	.503	.886
X1.2	54.27	23.789	.605	.881
X1.3	54.16	24.329	.543	.884
X1.4	54.37	23.527	.576	.883
X1.5	54.17	24.035	.678	.878
X1.6	54.20	22.894	.791	.871
X1.7	54.17	24.057	.608	.881
X1.8	53.86	26.142	.369	.891
X1.9	54.09	24.272	.668	.878
X1.10	54.14	24.163	.632	.880
X1.11	54.07	24.435	.550	.884
X1.12	54.10	25.034	.498	.886
X1.13	54.17	24.229	.560	.883

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
58.67	28.245	5.315	13

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	98.9
	Excluded ^a	1	1.1
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.50	.635	94
X2.2	4.55	.580	94
X2.3	4.54	.580	94
X2.4	4.41	.576	94
X2.5	4.40	.628	94
X2.6	4.39	.765	94

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	22.31	5.398	.696	.791
X2.2	22.26	5.633	.686	.795
X2.3	22.27	5.746	.637	.804
X2.4	22.39	5.747	.644	.803
X2.5	22.40	5.512	.661	.798
X2.6	22.41	5.772	.407	.860

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.81	7.855	2.803	6

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	98.9
	Excluded ^a	1	1.1
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.50	.715	9
Y.2	4.52	.563	9
Y.3	4.43	.664	9
Y.4	4.46	.667	9
Y.5	4.52	.582	9
Y.6	4.30	.745	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	22.22	6.089	.521	.820
Y.2	22.20	6.335	.631	.798
Y.3	22.30	5.781	.694	.782
Y.4	22.27	5.875	.656	.790
Y.5	22.20	6.249	.637	.796
Y.6	22.43	6.032	.506	.825

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.72	8.439	2.905	6

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi Media Sosial Instagram (X2), Kualitas Produk (X1) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.463	.451	2.15206

a. Predictors: (Constant), Promosi Media Sosial Instagram (X2), Kualitas Produk (X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	363.354	2	181.677	39.227	.000 ^b
	Residual	421.455	91	4.631		
	Total	784.809	93			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi Media Sosial Instagram (X2), Kualitas Produk (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
	Beta					
1	(Constant)	5.257	2.490		2.111	.037
	Kualitas Produk (X1)	.194	.069	.354	2.788	.006
	Promosi Media Sosial Instagram (X2)	.377	.132	.364	2.865	.005

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

DOKUMENTASI





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

Jalan Srijaya Negara Bukit Besar, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 fax, 0711-355918

Website: www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



REVISI LAPORAN AKHIR/SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2021/2022

HARI : Duhat

TANGGAL : 26 Juli 2022

RUANG : K.4

DOSEN PENGUJI :

NO	NAMA PENGUJI	TANDA TANGAN
1	Afrizawati	1.
2	Yulia Pebrianti	2.
3		3.
4		4.
5		5.
6		6.

NAMA MAHASISWA : Frieska Tri Wulandari KELAS : GNF

NPM : 061930600143

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kopi Petang Palembang

PERBAIKAN :

- tambahkan alasan pemilihan var. independen dalam latar belakang (yulia)
- tambahkan SS instagram sbg media promosi industri tsb.
- tambahkan di latar belakang tolak ukur kualitas produk.

Ketua Jurusan,

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139
Telp. 0711-353414 fax, 0711-355918



Website: www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id

**TANDA PERSETUJUAN REVISI
LAPORAN AKHIR / SKRIPSI**

HARI : Rabu
TANGGAL : 03 Agustus 2022
RUANG : 4 (EMPAT)
NAMA MAHASISWA : Frieska Tri Wulandari KELAS : GNF
NPM : 061930600143
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media
Sosial Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan
pada Kopi Petang Palembang
DOSEN PENGUJI :

NO	NAMA PENGUJI	TANDA TANGAN
1	Afrizawati, S.E., M.Si	1.
2	Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si	2.
3	Dr. Markoni Badri, S.E., MBA	3.
4		4.
5		5.
6		6.

Palembang, 03 Agustus 2022
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001