

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KOPI BENAWA PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**M. ILHAM SAPUTRA
NPM 062330601339**

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

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2026**

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KOPI BENAWA PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**M. ILHAM SAPUTRA
NPM 062330601339**

Menyetujui,

Pembimbing I,

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

Palembang,²⁴ Juli 2026
Pembimbing II,

**Yoga Aji Nugraha, M.Si.
NIP 199407302022031014**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,**

**Dwi Riana, S.E., M.AB., CFA.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Ilham Saputra

NPM : 062330601339

Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Pelayanan Prima

Judul Laporan Akhir : Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Benawa 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, 24 Juli 2026



Yang membuat pernyataan,

M. Ilham Saputra
NPM 062330601339

LEMBAR PENGESAHAN

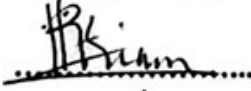
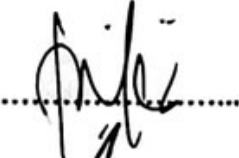
Nama : M. Ilham Saputra
NPM : 062330601339
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Pelayanan Prima
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Benawa Palembang

Telah dipertabangkan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan
Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Dan dinyatakan
LULUS

Pada Hari: ..Jumat...

Tanggal:24..... Juli 2026

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Purwati, S.E., M.M. Ketua Penguji		30/7/2026
2.	Fetty Maretha, S.E., M.M. Anggota Penguji		30/7/2026
3.	Ilham Prawidi Sakti, M.Psi.T. Anggota Penguji		31/7/2026
4.	Dika Setiagraha, S.E., M.M. Anggota Penguji		27-7-2026
5.	Frianka Anindea, S.E., M.M. Anggota Penguji		27/7/2026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang yang beriman."
(QS. Ali 'Imran: 139)

"Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga."
(HR. Muslim, No. 2699)

“Tiada yang mustahil di hadapan-Mu, karena ketika Engkau menghendaki keberhasilan ini, cukup bagi-Mu mengatakan: '*Kun Fayakun*', maka jadilah ia”
(QS. Yasin: 82).

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NM 2026**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Benawa” dengan baik. Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulisan laporan ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana aspek pengalaman yang dialami oleh pelanggan saat berinteraksi dengan Kopi Benawa Palembang dapat memengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian produk. adalah untuk menguraikan sejauh mana dimensi pengalaman pelanggan seperti pelayanan, kebersihan, visual media sosial, dan kenyamanan lingkungan fisik, memiliki keterkaitan dengan tingkat kemantapan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Seluruh rangkaian data dan pembahasan yang disajikan di dalam laporan ini diharapkan mampu memberikan gambaran objektif mengenai pelayanan pada objek penelitian, sekaligus menjadi referensi yang bermanfaat bagi pelaku usaha.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan akhir ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan laporan ini di masa yang akan datang. Penulis juga berharap laporan akhir ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca, khususnya yang berkaitan dengan bidang kearsipan dan administrasi perkantoran.

Palembang, 23 Juni 2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB. CFA, selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Yoga Aji Nugraha, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Kakak Deny Martindo selaku Pemilik Usaha dari Kopi Benawa Palembang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta memperoleh data yang diperlukan dalam menyusun laporan akhir.
8. Seluruh Staff dan Karyawan Kopi Benawa Palembang yang telah membantu penulis untuk proses mengumpulkan data dalam pelaksanaan penelitian.
9. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta pelayanan akademik selama masa perkuliahan.
10. Kedua orang tua, saudara-saudara, serta keluarga tersayang yang telah memberikan doa, cinta, kasih sayang, semangat dan bantuan baik moral

maupun material dalam melaksanakan laporan akhir.

11. Teman-teman terdekat semasa SMA yaitu Iffah Shabirah Say, Intan Nur'aini, Attalia Nurfakhirah, Mohd. Ramadani, dan M. Fatahul Arif yang memberikan semangat, dukungan, dan bantuan moral dalam proses penulisan laporan akhir.
12. Teman-teman Humas HMJ Administrasi Bisnis Angkatan 2024 yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam melaksanakan laporan akhir.
13. Teman-teman tersayang, Anti Salsabila Ardyan, Nabila Safitri, Fadila Mutiara, dan Andhika Dwi Al Fazri yang telah menjadi teman cerita dan selalu ada pada kondisi apapun dalam melaksanakan laporan akhir.
14. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya terutama kelas 6NM.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta bimbingan kepada penulis. Semoga atas semua bantuan yang telah diberikan mendapatkan limpahan balasan pahala dari Allah SWT.

Palembang, 23 Juni 2026

Penulis

ABSTRAK

Pengalaman pelanggan merupakan kesan yang dirasakan konsumen saat berinteraksi dengan suatu usaha, sedangkan keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk memilih dan membeli produk tersebut. Di tengah persaingan bisnis kedai kopi yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mengelola setiap titik sentuh pelayanan demi menarik minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Benawa Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada 60 responden yang merupakan konsumen aktif dari Kopi Benawa Palembang. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis deskriptif persentase untuk mengukur nilai indeks skor pada masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengalaman pelanggan (Variabel X) berada pada kategori Sangat Setuju dengan perolehan nilai indeks skor sebesar 85%. Sejalan dengan hal tersebut, variabel keputusan pembelian (Variabel Y) juga berada pada kategori Sangat Setuju dengan capaian indeks skor sebesar 86%. Hasil ini membuktikan adanya hubungan yang positif dan searah, di mana pelayanan barista yang ramah, kebersihan lingkungan, estetika visual media sosial, serta kenyamanan kedai yang baik secara nyata membuat konsumen merasa semakin yakin untuk memilih dan membeli produk di Kopi Benawa Palembang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pihak manajemen Kopi Benawa Palembang disarankan untuk terus mempertahankan kualitas pelayanan serta meningkatkan fasilitas fisik kedai. Langkah operasional yang dapat dilakukan antara lain menambah titik stop kontak di area teras, memasang unit kipas angin tambahan agar sirkulasi udara lebih merata, serta menampilkan daftar harga menu melalui fitur sorotan Instagram untuk memudahkan calon konsumen sebelum berkunjung.

Kata Kunci: Pengalaman Pelanggan, Keputusan Pembelian, Kopi Benawa Palembang., Kedai Kopi, Analisis Deskriptif

ABSTRACT

Customer experience is the impression felt by consumers when interacting with a business, while the purchase decision is the consumer's action to select and buy the product. Amidst increasingly fierce competition in the coffee shop industry, business owners are required to manage every service touchpoint to attract consumer buying interest. This study aims to determine the influence of customer experience on purchase decisions at Kopi Benawa Palembang. The research method used is descriptive quantitative. Data collection in this study was conducted by distributing questionnaires directly to 60 respondents who are active consumers of Kopi Benawa Palembang. The data analysis technique applied is descriptive percentage analysis to measure the index score value of each variable. The results showed that the customer experience variable (Variable X) was in the Very Good category with an index score of 85%. In line with this, the purchase decision variable (Variable Y) was also in the Very Good category with an index score achievement of 86%. These results prove a positive and unidirectional relationship, where friendly barista service, environmental cleanliness, social media visual aesthetics, and coffee shop comfort significantly make consumers feel more confident in choosing and buying products at Kopi Benawa Palembang. Based on these research findings, the management of Kopi Benawa Palembang is advised to maintain service quality and improve the physical facilities of the shop. Operational steps that can be taken include adding electrical outlets in the terrace area, installing additional exhaust or cooling fans to ensure more even air circulation, and displaying the menu price list through the Instagram story highlights feature to facilitate prospective consumers before visiting.

Keywords: *Customer Experience, Purchase Decision, Kopi Benawa Palembang, Coffee Shop, Descriptive Analysis.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>).....	6
2.1.1 Pengertian Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>).....	6
2.1.2 Indikator Pengalaman Pelanggan.....	7
2.2 Keputusan Pembelian.....	8
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	8

2.2.2	Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	9
2.2.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	9
2.3	Hubungan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	11
BAB III METODE LAPORAN AKHIR.....		13
3.1	Profil Perusahaan/Lembaga.....	13
3.1.1	Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....	14
3.1.2	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	15
3.1.3	Aktivitas Objek Perusahaan/Lembaga.....	17
3.2	Metode Laporan Akhir.....	18
3.2.1	Pendekatan Laporan Akhir.....	18
3.2.2	Jenis dan Sumber Data.....	20
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.2.4	Populasi dan Sampel.....	24
3.2.5	Pengolahan Data.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Hasil Penelitian.....	30
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	30
4.1.2	Analisis Deskriptif Persentase Indeks Skor Responden.....	31
4.1.3	Analisis Indeks Skor Pengalaman Pelanggan (X).....	32
4.1.4	Analisis Indeks Skor Keputusan Pembelian (Y).....	46
4.2	Pembahasan.....	57
4.2.1	Persepsi Pengalaman Pelanggan (Variabel X).....	57
4.2.2	Persepsi Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	59
4.2.3	Pesepsi Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.2.4	Hubungan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....		64
DOKUMENTASI.....		66
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3. 1 Logo Kopi Benawa.....	13
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Kopi Benawa.....	15
Gambar 4. 1 Skala Indikator Kemudahan Mencari Informasi	37
Gambar 4. 2 Skala Indikator Kualitas Layanan.....	40
Gambar 4. 3 Skala Indikator Lingkungan Fisik.....	43
Gambar 4. 4 Skala Indikator Kenyamanan.....	46
Gambar 4. 5 Skala Indikator Pencarian Informasi	50
Gambar 4. 6 Skala Indikator Evaluasi.....	54
Gambar 4. 7 Skala Indikator Tindakan.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skala Likert.....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 4. 4 Persentase Kelas Interval	32
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Variabel X.....	32
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Variabel Y	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir
Lampiran 2	Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
Lampiran 3	Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
Lampiran 4	Surat Balasan Izin Pengambilan Data
Lampiran 5	Daftar Pernyataan Kuesioner
Lampiran 6	Tabulasi Data Responden
Lampiran 7	Lembar Konsultasi/Bimbingan Laporan Akhir
Lampiran 8	Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 9	Lembar Revisi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 10	Lembar Pelaksanaan Revisi Laporan Akhir
Lampiran 11	Sertifikat Halal Usaha
Lampiran 12	Sertifikat Merek Usaha
Lampiran 13	Surat Izin Usaha