

ABSTRAK

Indonesia termasuk dalam jajaran empat negara dengan populasi terbesar di dunia, memiliki Generasi Z sebagai kelompok populasi dominan yang mencapai 66,99 juta jiwa pada tahun 2023, sehingga menjadikan generasi ini sebagai pasar potensial bagi bisnis *food and beverage* (F&B). Generasi ini dikenal konsumtif, dengan 69% pengeluaran dialokasikan untuk kebutuhan makanan dan minuman. Kopi Kenangan, sebagai merek dengan jumlah gerai terbanyak kedua di Indonesia, berhasil menarik perhatian Generasi Z dan menjadi pilihan utama kopi kafe yang paling sering dikonsumsi.

Namun, di tengah keberhasilannya, Kopi Kenangan menghadapi tantangan berupa fluktuasi penjualan dan penurunan indeks performa merek. Kondisi ini menyoroti pentingnya memahami berbagai faktor yang berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan, khususnya Generasi Z. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan, kualitas produk, kualitas layanan, serta persepsi kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang melibatkan analisis deskriptif dan kausal. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 550 responden terpilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS), menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

Dari hasil analisis, ditemukan bahwa 9 hipotesis diterima dan 4 ditolak, dengan kewajaran harga memiliki pengaruh terbesar terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan, diikuti oleh kualitas layanan dan produk. Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas, baik langsung maupun melalui kepuasan pelanggan. Temuan juga menunjukkan kepuasan pelanggan berperan penting dan signifikan dalam mendorong loyalitas pada konsumen Generasi Z, menegaskan peran penting kepuasan sebagai mediator dalam memperkuat loyalitas merek.

Kopi Kenangan disarankan untuk memastikan kesesuaian harga dan kualitas produk guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas, melalui peningkatan bahan baku, konsistensi rasa, dan penawaran menarik seperti bundling dan diskon loyalitas. Selain itu, audit kenyamanan outlet dan survei mini untuk mengevaluasi kenyamanan gerai dapat meningkatkan kualitas layanan. Menjaga konsistensi produk melalui standar operasional dan pelatihan barista akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Penelitian selanjutnya disarankan mencakup kelompok usia lain, merek kopi berbeda, atau variabel seperti brand image dan customer engagement.

Kata Kunci: Keadilan Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.