Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page: 32555-32562

Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan konsumen Dan Loyalitas Pelangan Pada Kopi Kenangan Di Kota Tegal

[1]Bani Arif Riski,[2] M. Naufal Rafli,[3]Dini Ulfatul Fitri, [4]Nendi Guna Pawestri,[5] Nur Rizqi Zamzam,[6]M. Elzi Masyafiq
Universitas Pancasakti Tegal[6]
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen
Pada Kopi Kenangan Jl.Ar Hakim Kota Tegal, Indonesia
Email: , [1*]baniarifrizki@gmail.com [2*]naufaelgans@gmail.com , [3*]diniulfatulfitri23@gmail.com, [4*]nendiigunaapawestrii@gmail.com,[5*] zamzamhijazi8@gmail.com, [6*]elzimasyaafiq@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of business ethics implementation on customer satisfaction and customer loyalty at Kopi Kenangan in Kota Tegal. Business ethics is an important factor in building trust and fostering long-term relationships with customers. This research employs a quantitative method with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents using purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression.

The results indicate that the implementation of business ethics has a positive and significant effect on both customer satisfaction and customer loyalty. In addition, customer satisfaction also has a significant effect on customer loyalty. These findings suggest that effective implementation of business ethics can enhance customer satisfaction while simultaneously strengthening customer loyalty.

Keywords: *Business Ethics, Customer Satisfaction, Customer Loyalt*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada Kopi Kenangan di Kota Tegal. Etika bisnis merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan konsumen juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis yang baik mampu meningkatkan kepuasan sekaligus membentuk loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Etika Bisnis, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, sektor industri makanan dan Minuman diIndonesia, khususnya pada kategori kopi modern, mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Meningkatnya perhatian masyarakat terhadap konsumsi kopi sebagai komponen dari pola hidup sehari-hari memicu muncul berbagai bisnis kopi dengan karakteristik yang kreatif dan bervariasi. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya intensitas kompetisi di kalangan pelaku usaha, akibatnya korporasi tidak hanya dituntut untuk menghadirkan produk yang bermutu tinggi, melainkan juga wajib menjalankan prinsip-prinsip etika usaha dalam seluruh lini operasionalnya. Prinsip etika bisnis mengandung seperangkat nilai dan ketentuan yang Menjadi Acuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas komersial secara berkelanjutan. Implementasi etika usaha meliputi berbagai elemen krusial, di antaranya adalah kejujuran dalam Penyampaian informasi, keterbukaan Harga, kepastian tanggung jawab terhadap konsumen, serta perlakuan yang proporsional dan profesional. Dalam arena kompetisi yang semakin ketat, etika bisnis

tidak sekadar berperan sebagai fondasi moral, melainkan pula sebagai pendekatan strategis untuk membentuk kepercayaan serta mempertahankan relasi jangka panjang dengan konsumen.

Kopi Kenangan merupakan salah satu perusahaan kopi modern yang mengalami perkembangan pesat di Tanah Air dan memiliki Basis konsumen yang luas di berbagai wilayah, termasuk di wilayah Kota Tegal. Guna mempertahankan kedudukannya di tengah ketatnya kompetisi pasar, perusahaan perlu menjamin bahwa seluruh kegiatan operasionalnya berjalan dengan mengindahkan prinsip-prinsip etika bisnis yang baik. langkah ini memiliki Signifikansi tinggi mengingat interaksi antara perusahaan dan konsumen akan membentuk penilaian konsumen terhadap mutu layanan yang diterima. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tolok ukur utama dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menjawab kebutuhan dan antisipasi konsumen. Konsumen yang merasa terbayani secara positif cenderung akan melakukan pembelian ulang serta menyebarkan rekomendasi positif kepada orang lain. Sebaliknya, kepuasan tersebut dapat bertransformasi menjadi loyalitas pelanggan, yaitu tekad konsumen untuk terus memakai produk atau layanan dalam periode waktu yang panjang. Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dinyatakan bahwa implementasi etika bisnis memiliki korelasi yang erat dengan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis dampak implementasi etika bisnis terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada Kopi Kenangan di Kota Tegal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam perkembangan ilmu manajemen serta dapat Menjadi rujukan bagi perusahaan dalam meningkatkan mutu layanan serta mempertahankan loyalitas konsumen.

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Kenangan di Kota Tegal.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Kenangan mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Kenangan di Kota Tegal.
3. Untuk menganalisis pengaruh penerapan etika bisnis terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Kopi Kenangan di Kota Tegal

KAJIAN TEORI

Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang menjadi pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas usaha secara bertanggung jawab. Dalam praktiknya, etika bisnis tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam berinteraksi dengan konsumen.Penerapan etika bisnis meliputi beberapa aspek penting, antara lain kejujuran dalam memberikan informasi produk, keterbukaan dalam penetapan harga, tanggung jawab terhadap keluhan konsumen, serta perlakuan yang adil tanpa diskriminasi. Perusahaan yang mampu menerapkan etika bisnis dengan baik cenderung mendapatkan kepercayaan dari konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan citra positif perusahaan. Dalam konteks bisnis modern seperti Kopi Kenangan, etika bisnis menjadi faktor penting dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hal ini karena konsumen tidak hanya menilai kualitas produk, tetapi juga memperhatikan bagaimana perusahaan memperlakukan mereka**.**

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan respon atau perasaan yang muncul setelah konsumen membandingkan antara harapan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima. Apabila kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja tidak sesuai harapan, maka akan timbul ketidakpuasan.Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, serta pengalaman selama proses pembelian. Dalam hal ini, penerapan etika bisnis juga menjadi bagian penting dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Indikator kepuasan konsumen meliputi tingkat kepuasan terhadap pelayanan, kesesuaian antara harapan dan kenyataan, keinginan untuk melakukan pembelian ulang, serta kesediaan untuk memberikan rekomendasi

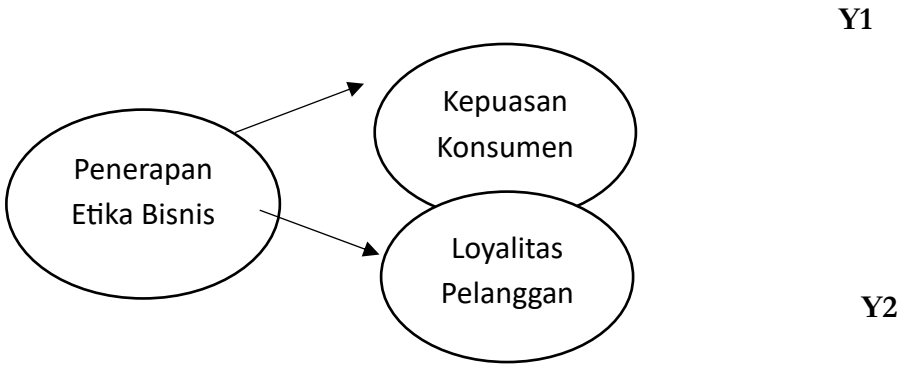
kepada orang lain. Oleh karena itu, kepuasan konsumen dapat menjadi tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Loyalitas Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan respon atau perasaan yang muncul setelah konsumen membandingkan antara harapan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima. Apabila kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja tidak sesuai harapan, maka akan timbul ketidakpuasan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, serta pengalaman selama proses pembelian. Dalam hal ini, penerapan etika bisnis juga menjadi bagian penting dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Indikator kepuasan konsumen meliputi tingkat kepuasan terhadap pelayanan, kesesuaian antara harapan dan kenyataan, keinginan untuk melakukan pembelian ulang, serta kesediaan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain. Oleh karena itu, kepuasan konsumen dapat menjadi tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Kerangka pemikiran

Dalam konteks persaingan usaha yang semakin kompetitif, korporasi tidak sekadar dituntut untuk menyajikan produk bermutu tinggi, melainkan juga wajib mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis dalam seluruh lini operasionalnya. Penerapan etika bisnis meliputi beberapa aspek fundamental, yaitu kejujuran dalam memberikan layanan, akuntabilitas terhadap konsumen, fairness dalam transaksi bisnis, serta keterbukaan dalam penyampaian informasi terkait produk dan layanan yang ditawarkan. Implementasi etika bisnis yang dijalankan secara optimal akan menciptakan kepercayaan serta memberikan impressions positif kepada konsumen. Konsumen yang merasakan perlakuan yang penuh kejujuran, keadilan, dan tangggung jawab dari perusahaan cenderung mengalami kepuasan terhadap produk maupun layanan yang diperolehnya. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai kondisi di mana ekspektasi konsumen terhadap suatu produk atau jasa dapat terpenuhi atau bahkan melampaui harapan awal. disamping memengaruhi kepuasan konsumen, penerapan etika bisnis juga berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen yang memiliki keyakinan terhadap integritas perusahaan cenderung lebih terbuka untuk melakukan pembelian berulang, menyebarkan rekomendasi kepada orang di sekitarnya, serta tidak mudah beralih ke kompetitor. di sisi lain, kepuasan konsumen juga memiliki andil yang signifikan dalam membangun loyalitas pelanggan. Konsumen yang mengalami kepuasan cenderung akan terus menggunakan produk atau jasa yang sama dalam periode waktu yang akan datang. Berdasarkan hal tersebut, kepuasan konsumen dapat berfungsi sebagai variabel perantara yang menghubungkan penerapan etika bisnis dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel kepuasan konsumen.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

H1: Penerapan etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kopi Kenangan di kota tegal

H2 : Penerapan etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi kenangan di kota tegal.
H3: Kepuasan konsumen (Y1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2) pada kopi kenangan di kota tegal.

Keterangan:
X : Penerapan Etika Bisnis
Y1: Kepuasan Kosumen
Y2: Loyalitas Pelanggan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengolahan data numerik yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada konsumen Kopi Kenangan di Kota Tegal.

a. Populasi dan Sampel
   Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen kopi kenangan di kota tegal yang pernah melakukan pembelian dan mengonsumsi produk kopi kenangan. karena jumlah konsumen kopi kenangan di kota tegal tidak diketahui secara pasti dan terus berubah setiap waktu, maka populasi penelitian termasuk populasi tak terhingga
b. Lokasi dan Waktu Penelitian
   Penelitian ini dilaksanakan pada konsumen kopi kenangan di Kota Tegal. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa kopi kenangan merupakan salah satu merek kopi yang memiliki banyak pelanggan dan menerapkan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Waktu penelitian dilaksanakan selama priode pengumpulan data dan penyebaran kuesioner
c. Teknik Pengumpulan Data
   Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji realibilitas, uji regresi linier sederhana, uji t, koefisien determinasi(R^2)

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 102 responden konsumen kopi kenangan di kota tegal, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap penerapan etika bisnis. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban yang berada pada kategori setuju, khususnya pada indikator kejujuran pelayanan, transparansi informasi, serta sikap ramah karyawan. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi yang memenuhi kriteria, sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat dipercaya. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, etika bisnis juga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen sendiri terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diteliti memiliki hubungan yang positif dan signifikan sesuai dengan hipotesis yang diajukan

Analisis Deskriptif Variable Penelitian

1. Penerapan Etika Bisnis (X)
   Berdasarkan hasil kajian yang bersifat deskriptif, variabel yang mengukur penerapan etika bisnis mencapai skor rata-rata sebesar 4,28, yang termasuk dalam klasifikasi sangat tinggi (4,21–5,00). Temuan ini mengindikasikan bahwa para responden memberikan penilaian bahwa Kopi Kenangan telah melaksanakan prinsip-prinsip etika bisnis secara sangat memuaskan. Indikator yang memperoleh skor rata-rata paling tinggi adalah sikap pegawai kegiatan yang menunjukkan empati terhadap kebutuhan konsumen dengan nilai 4,33. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan merasakan adanya sikap proaktif dan ketertarikan penuh dari sumber daya manusia perusahaan terhadap pemenuhan kebutuhan mereka sepanjang proses transaksi berlangsung

2. Kepuasan Konsumen (Y1)
   hasil kajian yang bersifat deskriptif, variabel yang mengukur kepuasan konsumen mencapai skor rata-rata sebesar 4,32, yang termasuk dalam klasifikasi sangat tinggi. Parameter yang memperoleh skor rata-rata paling tinggi adalah tingkat konsistensi mutu produk minuman pada setiap transaksi, yaitu sebesar 4,36. Temuan ini mencerminkan bahwa pelanggan menilai standar kualitas yang diterapkan oleh kopi kenangan memiliki tingkat kestabilan yang memadai, sehingga mampu menjawab ekspektasi konsumen secara optimal.
3. Loyalitas Pelanggan (Y2)
   hasil kajian yang bersifat deskriptif, variabel yang mengukur loyalitas pelanggan mencapai skor rata-rata sebesar 4,38, yang termasuk dalam klasifikasi sangat tinggi. parameter yang memperoleh skor rata-rata paling tinggi adalah skor untuk pernyataan yang menyatakan bahwa pengalaman melakukan pembelian di kopi kenangan terasa menyenangkan, yaitu sebesar 4,43. Temuan ini mengungkapkan bahwa persepsi positif yang dialami pelanggan sepanjang aktivitas pembelian merupakan unsur signifikan yang berkontribusi dalam pembangunan loyalitas pelanggan.

Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach/ Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Penerapan Etika Bisnis (X)	0,782	0,70	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y1)	0,698	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y2)	0,684	0,60	Reliabel

Sesuai dengan informasi yang tersaji dalam Tabel 4.1, konstruk yang mengukur penerapan etika bisnis menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,782. koefisien ini melampaui ambang batas yang ditetapkan sebesar 0,70, sehingga setiap butir pertanyaan dalam konstruk penerapan etika bisnis dikategorikan memiliki reliabilitas yang memadai dan dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian. mengukur kepuasan konsumen menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,698. angka tersebut batas minimum yang telah ditentukan untuk penelitian sosial (≥ 0,60), sehingga seluruh butir pertanyaan dalam konstruk kepuasan konsumen dapat dikategorikan memiliki reliabilitas yang memadai dan cocok digunakan sebagai alat pengumpulan data. konstruk yang mengukur loyalitas pelanggan menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,684. angka tersebut melampaui ambang batas minimum yang ditetapkan sebesar 0,60, sehingga seluruh butir pertanyaan dalam konstruk loyalitas pelanggan dapat dikategorikan memiliki reliabilitas yang memadai dan cocok digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan pernyataan sebagai berikut :

$Y2 = 0.702 + 0.481X + 0.376Y1$

Persamaan tersebut menunjukkan:

1. Koefisien Loyalitas Pelanggan 0,702
   Menunjukkan bahwa apabila variabel penerapan etika bisnis dan kepuasan konsumen dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai loyalitas pelanggan sebesar 0,702.
2. koefisien Penerapan Etika Bisnis sebesar 0,481
   Menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada penerapan etika bisnis akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,481 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien Kepuasan Konsumen (Y1) sebesar 0,376
   Menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Kepuasan Konsumen akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,376 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Tabel 4.2 Hasil Uji T (Persial)

Variabel	T Hitung	Signifikan	Keterangan
Penerapan Etika Bisnis (X)	5,244	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan
Kepuasan Konsumen (Y1)	4,697	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan

Pengujian Hipotesis H1

konstruksi penerapan etika bisnis menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,244 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Angka probabilitas tersebut berada di bawah ambang batas yang telah ditetapkan, yaitu 0,05 (0,000 < 0,05), dan nilai t hitung juga melampaui nilai t tabel (5,244 > 1,984). Dengan demikian, H_1 diterima sementara H_0 ditolak. Temuan ini memberikan bukti bahwa penerapan etika bisnis memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada kopi kenangan yang berlokasi di kota tegal. Tingkat penerapan prinsip-prinsip etika bisnis yang semakin optimal oleh perusahaan akan berdampak pada peningkatan tingkat loyalitas pelanggan secara proporsional.

Pengujian Hipotesis H2

konstruksi kepuasan konsumen menghasilkan nilai t hitung sebesar 4,697 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Angka probabilitas tersebut berada di bawah ambang batas yang ditetapkan, yaitu 0,05 (0,000 < 0,05), dan nilai t hitung juga melampaui nilai t tabel (4,697 > 1,984). Berdasarkan kondisi tersebut, H_3 diterima sementara H_0 ditolak. Temuan ini memberikan bukti bahwa kepuasan konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada kopi kenangan yang berlokasi di kota tegal. Tingkat kepuasan konsumen yang semakin meningkat akan berbanding lurus dengan kenaikan tingkat loyalitas pelanggan secara keseluruhan.

Tabel 4.3 Hasil Uji F (Simultan)

F Hitung	Signifikan	Keterangan
81,800	0,000	Berpengaruh secara simultan

diperoleh nilai F hitung sebesar 81,800 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. dikarena probabilitas signifikansi berada di bawah ambang batas yang ditetapkan, yaitu 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak dan Ha diterima. Temuan ini memberikan bukti bahwa konstruk penerapan etika bisnis (X) dan kepuasan konsumen (Y1) secara simultan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y2) pada kopi kenangan yang berlokasi di kota tegal

Koefisien Determinasi (R^2)

R Square	Persentase
0,623	62,3%

Hasil koefisien determinasi sebesar 62,3% menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang cukup kuat dalam menjelaskan perubahan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, semakin baik penerapan etika bisnis dan semakin tinggi kepuasaan konsumen, maka loyalitas pelanggan pada kopi kenagan dikota tegal cenderung meningkat.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Penerapan Bisnis Terhadap Kepuasaan Konsumen

   Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan, konstruk penerapan etika bisnis memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas penerapan prinsip-prinsip etika bisnis yang diterapkan kopi kenangan akan berdampak pada kenaikan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. Hasil kajian deskriptif menunjukkan bahwa konstruk

penerapan etika bisnis mencapai skor rata-rata sebesar 4,28 yang termasuk dalam klasifikasi sangat tinggi. Temuan ini mencerminkan bahwa pelanggan memberikan apresiasi tinggi terhadap upaya Kopi kenangan dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis secara optimal, meliputi aspek keterbukaan dalam penyampaian informasi produk, keramahan dalam pelayanan kepada pelanggan, profesionalisme dalam penanganan keluhan konsumen, pemeliharaan kebersihan produk dan lingkungan outlet, serta kesadaran penuh terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan

2. Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Loyalitas Pelanggan

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan Etika Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis kedua diterima.Variabel Loyalitas Pelanggan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,38 yang termasuk kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Kopi Kenangan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk dan pelayanan yang diberikan. Penerapan etika bisnis yang baik mampu membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Ketika pelanggan merasa diperlakukan secara adil, memperoleh informasi yang jujur, serta mendapatkan pelayanan yang ramah dan bertanggung jawab, maka pelanggan akan memiliki persepsi positif terhadap perusahaan. Persepsi positif tersebut mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan tetap memilih produk Kopi Kenangan dibandingkan produk pesaing.Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis bukan hanya berfungsi sebagai pedoman moral perusahaan, tetapi juga menjadi strategi penting dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan

   konstruk Kepuasan Konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat kepuasan konsumen akan berdampak pada kenaikan tingkat loyalitas pelanggan terhadap Kopi Kenangan secara proporsional. Hasil kajian deskriptif mengindikasikan bahwa konstruk Kepuasan Konsumen mencapai skor rata-rata sebesar 4,32 yang termasuk dalam klasifikasi sangat tinggi. Pelanggan mengekspresikan kepuasan terhadap aspek-aspen layanan yang diberikan, standar mutu produk yang memenuhi ekspektasi, serta tingkat konsistensi kualitas produk yang diterima. Kepuasan konsumen merupakan salah satu determinan utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasakan kepuasan cenderung akan melakukan transaksi ulang, memberikan rekomendasi produk kepada individu lain, serta menunjukkan komitmen untuk terus menggunakan produk yang serupa di periode mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada kopi kenangan di kota tegal, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang sangat baik terhadap penerapan etika bisnis yang dilakukan oleh kopi kenangan, yang tercermin dari sikap jujur, sopan, bertanggung jawab, serta kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan konsumen. Penerapan etika bisnis yang baik terbukti mampu meningkatkan kepuasan konsumen karena konsumen merasa memperoleh pelayanan dan produk yang sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, kepuasan yang dirasakan konsumen juga mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan melalui keinginan untuk melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan tetap memilih kopi kenangan sebagai pilihan utama. Secara keseluruhan, hasil penelitian membuktikan bahwa penerapan etika bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan konsumen. Dengan demikian, semakin baik penerapan etika bisnis yang dilakukan oleh kopi kenangan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan yang akan diperoleh. oleh karena itu, kopi kenangan perlu terus mempertahankan dan meningkatkan penerapan etika bisnis dalam setiap kegiatan usahanya agar dapat menjaga kepercayaan

konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

REFERENSI

Fadhil, R. (2022). *Analisis minat konsumen pada warung kopi di Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia, 28(1), 103–113. https://doi.org/10.18343/jipi.28.1.103 https://journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI/article/view/41812

Malia, R., Putri, P., & Lestari, H. S. (2023). *Analisis perilaku konsumen 555 Cafe and Resto*. Jurnal Administrasi Bisnis (JUBIS), 3(2), 72–80. https://jurnal.unsur.ac.id/index.php/jubis/article/view/3623

Pratama, A. J., & Rachman, M. E. (2023). *Analisis marketing mix terhadap target penjualan Kafe DR. Koffie*. Jurnal EMT KITA, 7(4), 1258–1265. https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1640

Aristy, Y., & Rachman, M. E. (2023). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kopi Indonesia*. EKONOMIKA45, 11(1), 384–392. https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/view/982

Adhianto, C., Wahyono, B., & Latif, R. (2025). Etika bisnis terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi di pasar ruang kantor Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 5(4), 333–343.

Hasanah, F., Sa'diyah, D., & Mu'alimin. (2025). Kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen: Sebuah literature review sistematik. Jurnal Pendidikan Dirgantara, 2(4), 159–167.

Azzahra, Q. S., Putri, M. A., Ronardi, S., Nabilah, A., & Agustiawan. (2024). Kajian literatur: Peran etika bisnis terhadap kepuasan konsumen. Jurnal Ilmiah Akuntansi.

Mahayastina, M., Ayunengsih, N. J., & Astuti, R. F. (2024). Pentingnya etika bisnis terhadap kepuasan konsumen. Journal of Management and Innovation Entrepreneurship.

Rahman, F., Abrorry, L., & Azizah, S. N. (2025). Service excellence dalam meningkatkan loyalitas konsumen perspektif etika bisnis. Journal of Islamic Economics Studies and Practices