

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS NGAGEL DI
SURABAYA**



**OLEH:
HENRY WIJAYA
3103017038**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS NGAGEL DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

**OLEH:
HENRY WIJAYA
3103017038**

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS NGAGEL DI
SURABAYA**

OLEH:
HENRY WIJAYA
3103017038

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



(Dr. Dra .Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS)
NIDN: 0001065703
Tanggal: 2 Desember 2020

Pembimbing II,



(Dra. Ec. M. G. Temengkol MM.)
NIDN: 0706025601
Tanggal: 2 Desember 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Henry Wijaya dengan NRP 3103017038 telah di uji pada tanggal 18 Desember 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Dra .Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS
NIDN.0001065703

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. ~~D~~edovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.
NIDN: 0713097203



Digitally signed by
Robertus Sigit H.L. SE.,
M.Sc
DN: C=ID,
OU=Management
Department, O=Widya
Mandala Catholic
University Surabaya, CN=
Robertus Sigit H.L. SE.,
M.Sc",
E=hod-manage@ukwms.a
c.id
Reason: I am approving
this document
Location: Surabaya
Date: 2021-01-22 15:58:13

Robertus Sigit H. L., SE., M. Sc.
NIDN: 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Henry Wijaya

NRP : 3103017038

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Ngagel di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Desember 2020

Yang menyatakan,



(Henry Wijaya)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Ngagel di Surabaya” . Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr. Dra .Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dra. Ec. M. G. Temengkol, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Papa,mama, dan kakak yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan tepat waktu.
7. Teman-teman di Widya Mandala (Ryan, Michael, Edward, Johan, dan Rendy) yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Teman-teman satu bimbingan (Jessica, Maria, dan lain-lain) yang telah memberikan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman penulis: Annke Bonita Jacklyn Wijaya, Jang-Jang, Nicola Kusuma, Ryan, Calvin, Steven Likorawung, Kenneth Hanly, Mario Apao, Juan Sebastian, Edward Yohanes, Johan Sugiarto, Daniel Teori, Rendy Nicholas, Ernesto Jajon, Chrein Yoel, Cahya Helen, Michael, Maria Lestari, Jocelyn Maria, Irvan Lomantoro, Billy Jayaatmaja, Christopher Hansen, Jessica Netanya, Eduardus Panji, Kevin Nathaniel, Ian, Lucia J, dan lain-lain yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun, agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya,

Penulis,

Henry Wijaya

DAFTAR ISI

	Halaman	
HALAMAN JUDUL.....	i	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii	
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv	
KATA PENGANTAR	v	
DAFTAR ISI.....	vii	
DAFTAR TABEL	x	
DAFTAR GAMBAR	xi	
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii	
ABSTRAK	xiii	
ABSTRACT	xiv	
BAB 1. PENDAHULUAN	1	
1.1 Latar Belakang Masalah	1	
1.2 Perumusan Masalah	5	
1.3 Tujuan Penelitian	5	
1.4 Manfaat Penelitian	5	
1.5 Sistematika Penulisan	6	
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8	
2.1 Landasan Teori	8	
2.1.1 Kualitas Layanan.....	8	
2.1.2 Citra Merek	11	
2.1.3 Kepercayaan Merek.....	13	
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	17	
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	19	
2.1.6 Pengaruh Antar Variabel	22	
2.1.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	22	
2.1.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	22	

2.1.6.3 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap	
Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.6.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas	
Pelanggan	23
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Pengembangan Hipotesis	26
2.4 Model Penelitian	26
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Identifikasi Variabel	27
3.3 Definisi Operasional	27
3.4 Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	30
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	31
3.8 Teknik analisis Data.....	31
3.8.1 Uji Normalitas	32
3.8.2 Uji Validitas	32
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	32
3.8.4 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	33
3.8.5 Uji Kecocokan Model Struktural	34
3.8.6 Uji Hipotesis.....	34
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Objek Penelitian	35
4.1.1 Pernah makan dan minum di Starbucks	35
4.1.2 Usia.....	36
4.1.3 Jenis Kelamin	36
4.1.4. Frekuensi Berkunjung Dalam 1 Tahun Terakhir.....	37
4.1.5 Pekerjaan	37
4.1.6 Pendapatan/ Uang saku	38
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	39
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X1)	39

4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X2).....	40
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X3).....	41
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1).....	42
4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2).....	43
4.3 Hasil Analisis Data	44
4.3.1 Uji Normalitas	44
4.3.2 Uji Validitas	45
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	46
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural	49
4.3.5 Uji Kecocokan Model Keseluruhan	50
4.3.6 Pengujian Hipotesis.....	51
4.4 Pembahasan	52
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Starbuck Ngagel Surabaya.....	52
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Starbuck Ngagel Surabaya.....	53
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Starbuck Ngagel Surabaya	53
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Starbuck Ngagel Surabaya	54
BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Keterbatasan.....	57
5.3 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Rumah Makan/Kafe	2
Tabel 2.1 Perbandingan penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	24
Tabel 3.2 <i>Goodness of Fit</i>	34
Tabel 4.1 Makan dan Minum di Starbucks	35
Tabel 4.2 Usia	36
Tabel 4.3 Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.4 Frekuensi Berkunjung	37
Tabel 4.5 Pekerjaan.....	37
Tabel 4.6 Pendapatan/Uang Saku	38
Tabel 4.7 Interval Penilaian	39
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	39
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	40
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	41
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	42
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	43
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	44
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	45
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	47
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek.....	48
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 4.21 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model	51
Tabel 4.22 Pengujian Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Lampiran 3. Hasil Kuesioner

Lampiran 4. Output SPSS Persyaratan dan Karakteristik Responden

Lampiran 5. Output uji Normalitas

Lampiran 6. Output SEM

Lampiran 7a. *Path Diagram (T-Values)*

Lampiran 7b. *Path Diagram (Standardized Solution)*

Lampiran 7c. *Path Diagram (Estimates)*

Lampiran 8. Reliabilitas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan kafe Starbucks Ngagel di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Variabel eksogen yang digunakan adalah kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan merek sedangkan variabel endogen yang digunakan adalah kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* sampling dengan cara *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; Kepercayaan Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; dan Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of product quality, service quality, and price fairness on customer satisfaction and loyalty at Starbucks Ngagel in Surabaya. This research is a causal research. Exogenous variables used are Service Quality, Brand Image, and Brand Trust, while endogenous variables used are Customer Satisfaction and Customer Loyalty. The sample used in this study amounted to 150 respondents using a non-probability sampling technique using purposive sampling. The data analysis technique uses SEM analysis with the LISREL program.

The results of the study prove that Service Quality has a significant influence on Customer Satisfaction; Brand Image has a significant influence on Customer Satisfaction; Brand Trust has a significant influence on Customer Satisfaction; and Customer Satisfaction has a significant influence on Customer Loyalty.

Keyword: *Service Quality, Brand Image, Brand Trust, Satisfaction, Customer Loyalty*