

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN

© MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA STARBUCKS COFFEE

Oleh:

Nama : Ratana Dhamma Santi

NIM : 26130361

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Oktober 2017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



PENGESAHAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS COFFEE BEKASI

Diajukan oleh

Nama : Ratana Dhamma Santi

Nim : 26130361

Jakarta, 18 Oktober 2017

Disetujui oleh:

Pembimbing

(Tumpal J.R Sitinjak,Ir.,M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Ratana Dhamma Santi / 26130361 / 2017 *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee* / Pembimbing: Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variable Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks. Melalui penelitian ini, Penulis dapat mengetahui besar pengaruh yang terjadi loyalitas pelanggan.

Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah (1) Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. (2) Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Kepercayaan Merek. (3) Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Teknik pengambilan sampel diambil dengan cara *non-probability* sampling dengan pendekatan *judgement sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi adapun desain skala pengukuran yang di gunakan kuesioner dengan skala likert. Penelitian ini dengan analisis data yang terkait dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pada tahap analisis dilakukan uji Validitas dan uji Reliabilitas, uji reliabilitas Konstruksi. Hipotesis penelitian data menggunakan analisis *Structural Equation Model (SEM)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan merek. Tetapi tidak terbukti berpengaruh secara tidak langsung. Adapun kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, namun tidak terbukti berpengaruh secara langsung. Selanjutnya kepercayaan merek tidak terbukti berpengaruh secara langsung.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hanya Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh terhadap kepercayaan merek dan loyalitas pelanggan. Saran yang dapat diberikan adalah dengan adanya kualitas akan suatu *brand* yang baik dan nyaman maka konsumen akan dipuaskan dari sisi kepuasan dan kepercayaan dan enggan untuk berpindah ke kedai lainnya.



ABSTRACT

Ratana Dhamma Santi / 26130361/2017 Analysis Of The Effect Of Customer Satisfaction And Brand Trust On Customer Loyalty Starbucks Coffee / Supervisor: Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M

This study aims to analyze the variables Analysis of Customer Satisfaction And Brand Trust On Customer Loyalty Starbucks Coffee. Through this research, the author can know the influence of customer loyalty.

The hypothesis formula in this research is (1) Customer Satisfaction to Customer Loyalty. (2) Customer Satisfaction for Brand Trust. (3) Brand Trust on Customer Loyalty.

The sampling technique was taken by non-probability sampling with judgment sampling approach. Data completion technique in this research is communication technique such as for measurement scale design used in questionnaire with likert scale. This study with analyzed data related to the number of sampel as many as 100 respondents. In the analysis phase is tested Validity and Reliability, Test Reliability of Constructs. The hypothesis of data research using Structural Equation Model (SEM) analysis.

The results showed that customer satisfaction proved to directly affect brand trust. But it is not proven to have an indirect effect. The customer satisfaction proved to directly affect customer loyalty, but not proven to directly affect. Furthermore, brand trust is not proven to directly affect.

The conclusion of this research is only customer satisfaction proved to affect brand trust and Customer Loyalty. Suggestions that can be given is with the quality of a good brand and comfortable then the consumer will be satisfied from the side of satisfaction and trust and reluctant to move to other stores.

1. Dilarang menyalin, menjiptakan, mendistribusikan, atau menggunakan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas penyertaan Tuhan Yang Maha Esa sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dengan konsentrasi pemasaran di Kwik Kian Gie School of Business.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan penelitian ini, yaitu:

1. Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan penelitian ini.

2. Seluruh anggota keluarga Mama, Papa, Ko Rubby, Reifen yang senantiasa mendukung, membantu, mendoakan dan memberikan dukungan dengan tulus sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

3. Meisi dan Dewy yang sebagai teman diskusi dan kelompok penelitian penelitian yang sangat kooperatif serta memberi semangat dan saran-saran yang sangat membantu penulis.

4. David Ofel Setiadi yang selalu membantu dan memberikan dukungan, semangat untuk menyelesaikan penulisan penelitian ini.



5. Oktoviandi, Erwin, Brenda, Olyvia, Ardilla, Trina, Anastasya, Prayoga Wanandra, Jenny, Yogha, Gesfill, yang senantiasa mendukung, membantu, dan mendoakan terselesainya penelitian ini. Dan seluruh anggota manajemen pemasaran 13' yang sudah menjadi rekan sepekerjaan selama di jurusan pemasaran.
6. Orang-orang yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner serta kepada seluruh pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan penelitian sehingga dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
- Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak keterbatasan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Oktober 2017

Ratana Dhamma Santi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

COVER	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1. Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2. Kepercayaan Merek	Error! Bookmark not defined.
3. Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBIKKG.



Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penulisnya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Penguji tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

A. Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Profile Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2. Sejarah Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
3. Logo Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Penelitan	Error! Bookmark not defined.
D. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 1	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hubungan Antara Kepuasan dan loyalitas Pelanggan.....	18
Tabel 2.2	Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Rental Dvd Pada Perusahaan Jasa Rental Dvd Club Cabang Tuparev-Karawang.....	20
Tabel 2.3	Analisis Faktor Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomart (Studi Kasus Di Kota Semarang).....	21
Tabel 2.4	Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Penggunaan Sim Card Im3 Di Universitas Muhammadiyah Surakarta).....	21
Tabel 3.1	Indikator Penelitian Kepuasan pelanggan	28
Tabel 3.2	Indikator Penelitian Kepercayaan Merek.....	28
Tabel 3.3	Indikator Penelitian Loyalitas Pelanggan.....	29
Tabel 4.1	Timeline for Starbucks Coffee Indonesia.....	38
Tabel 4.2	Kepuasan pelanggan <i>Descriptive Statistics</i>	40
Tabel 4.3	Kepercayaan merek <i>Descriptive Statistics</i>	40
Tabel 4.4	Loyalitas pelanggan <i>Descriptive Statistics</i>	41
Tabel 4.5	Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4.6	Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan merek.....	42
Tabel 4.7	Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan merek.....	44

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini tanpa mengantarkannya ke sumber lain
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	45
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	46
Tabel 4.12	Pengaruh Antar Variable.....	47

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		
<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Gambar 2.1 Model Penelitian.....</p> <p>Gambar 4.1 Gambar Perusahaan.....</p> <p>Gambar 4.2 Logo Starbucks.....</p> <p>Gambar 4.3. Hasil Pengujian hipotesis.....</p>	<p>24</p> <p>37</p> <p>39</p> <p>47</p>