

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN STARBUCKS COFFEE BEKASI**

**Nama :Meisi**

**Nim : 21130245**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**2017**

**© Hak cipta milik IBI KKG (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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS COFFEE BEKASI

**Diajukan oleh**

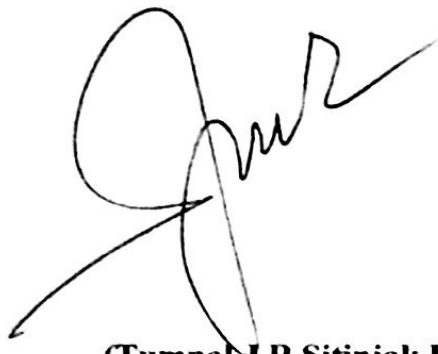
**Nama :Meisi**

**Nim : 21130245**

**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 milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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

Meisi / 21130245 / 2017 / Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee / Tumpal J.R Sitinjak, Ir., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan merek dan loyalitas pelanggan Starbucks. Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengetahui besar pengaruh yang terjadi terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan dari tujuan penelitian, hipotesisnya adalah: (1): Kualitas layanan memengaruhi kepercayaan merek; (2): Kualitas layanan memengaruhi loyalitas pelanggan; dan (3): Kepercayaan merek memengaruhi loyalitas pelanggan.

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

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek. Kualitas layanan tidak terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian, kepercayaan merek juga tidak terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Setelah proses yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan hanya kualitas layanan yang terbukti berpengaruh terhadap kepercayaan merek. Untuk kedepannya diharapkan Starbucks dapat mempertahankan kualitas layanannya terhadap *customer*. Mencari tahu penyebab apa yang membuat *customer* tidak percaya terhadap merek Starbucks dengan cara menyebarkan kuesioner. Apabila perusahaan Starbucks ingin membuat pelanggan menjadi loyal Starbucks harus mampu memberikan layanan kinerja yang berkualitas, menjaga keamanan dan kenyamanan pelanggan, serta memberikan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.



## ABSTRACT

Meisi / 20130245 / 2017 / *Analyze the Influence of Service Quality and Brand Trust toward the Loyalty of Starbucks Coffee Customers / Tumpal J.R Sitinjak, Ir., M.M*

*This research aims to analyze the influence of Service Quality, Brand Trust, and Loyalty of Starbucks customers. Through this research, the researcher can find out the magnitude of influence that occur on customer loyalty.*

*Based on the purpose of this research, the hypotheses are; H1: Service quality influences on brand trust; H2: Service quality influences on customer loyalty; and H3: Brand trust influences on customer loyalty.*

*Judgmental sampling is non-probability sampling technique that has been used for this research. The data was gathered through the communication method as the data are collected from 100 respondents by distributed questionnaire and for essential measurements using Likert Scale. The research method was validated through construct validity and reliability test, and for hypotheses test Structural Equation Model (SEM) analysis was used.*

*The result of this research indicates that service quality significantly influences toward brand trust. Service quality doesn't influence toward customer loyalty. Then, brand trust also doesn't influence toward customer loyalty.*

*After the processes conducted in this research, it can be concluded that only service quality give positive influence to brand trust in Starbucks. For the future is expected Starbucks can maintain the quality of service to customers. Find out what causes customers who do not trust Starbucks brand by distributing questionnaires. If Starbucks companies want to make customers loyal Starbucks must be able to provide quality performance services, maintain the security and convenience of customers, and provide services expected by customers.*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian berjudul “ analisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Coffee” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Kwik Kian Gie School of Bisnis (KSB).

Dalam menyelesaikan laporan penelitian ini, peneliti menghadapi berbagai kendala, dan tidak lepas dari bantuan dan dukungan yang telah diberikan dari berbagai pihak kepada penulis, maka dalam kesempatan ini dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M selaku dosen pembimbing yang dengan kesabaran mengarahkan penulis membuat laporan penelitian dan membagi ilmu yang dimiliki kepada penulis serta kesediaan waktunya dalam membimbing penulis dalam proses pembuatan laporan penelitian ini.
2. Pada perusahaan Starbucks tempat penulis melakukan penelitian.
3. Seluruh dosen yang tidak dapat disebutkan oleh penulis secara menyeluruh yang pernah membantu, mengajar dan memberikan semangat kepada penulis.
4. Seluruh keluarga papa, mama, kakak, dan popoh yang telah memberikan semangat, perhatian, dan dukungan dalam bentuk apapun, yang di berikan untuk penulis dalam pembuat laporan penelitian. Serta seluruh pihak keluarga yang lainnya yang tidak dapat disebutkan oleh penulis



5. Kepada teman diskusi Ratana Dhamma Santi dan Dewy Juna Astanty yang dalam pembuatan laporan penelitian ini saling membantu satu sama lain baik saran semangat dan saran-saran yang membangun penulis.

6. Olyvia Yustina, Ardila Ardianti, Trina, Anastasya Fikiando, Brenda Andrina, Elvi Liana, Harnessia Caroline, Kartini, Maria Martha, Maria, Aprillianti, Romanna Julia Duma Simanjuntak, Devi, dan juga Novita yang selalu memberikan dukungan serta semangat dan yang telah membantu penulis selama penulis menuntut ilmu. Dan juga kesediaannya dalam memberikan penulis saran-saran yang dapat memotivasi penulis.

7. Kepada seluruh anggota manajemen angkatan 2013 yang menjadi teman selama penulis menuntut ilmu di Kwik Kian Gie School of Bisnis (KSB) yang tidak dapat disebutkan oleh penulis.

Dalam penulisan laporan penelitian ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisannya, oleh karena itu penulis mengucapkan permohonan maaf atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan laporan penelitian ini. Semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan juga perusahaan yang diteliti oleh penulis. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terimakasih.

Jakarta, Oktober 2017

Penulis

Meisi



## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRACT .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI .....	1
DAFTAR TABEL .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR GAMBAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB I .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Identifikasi Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Batasan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Batasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G. Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KAJIAN PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Kualitas Layanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Kepercayaan Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Loyalitas Pelanggan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



2. Hubungan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Hubungan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. HIPOTESIS PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Teknik Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Analisis SEM (Structural Equation Modeling) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Hasil Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Analisis SEM .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacu ke sumber dan menyebutkan sumber. 2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. 3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Kategori Loyalitas .....	26
Tabel 2.2: Penelitian Terdahulu mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan .....	26
Tabel 2.3: Penelitian Terdahulu mengenai kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.....	27
Tabel 2.4: Penelitian Terdahulu mengenai kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan .....	27
Tabel 3.1: Indikator Variabel Kualitas Layanan .....	35
Tabel 3.2: Indikator Variabel Kepercayaan Merek .....	36
Tabel 3.3: Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan .....	36
Tabel 4.1: Analisis Deskriptif Kualitas Layanan .....	51
Tabel 4.2: Analisis Deskriptif Kepercayaan Merek.....	52
Tabel 4.3: Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan .....	52
Tabel 4.4: Pengujian Validitas Variabel Kualitas Layanan .....	53
Tabel 4.5: Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Merek.....	54
Tabel 4.6: Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	55
Tabel 4.7: Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan .....	56
Tabel 4.8: Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek .....	57
Tabel 4.9: Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan .....	57
Tabel 4.10: Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	58
Tabel 4.11: Pengaruh Antar Variabel ( $t_{uji}$ ) .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar 4.1: Starbucks di Seattle .....	45
Gambar 4.2: Starbucks di Bekasi .....	48
Gambar 4.3:Perubahan Logo Starbucks .....	49
Gambar 4.4: Hasil Pengujian Hipotesis .....	59

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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