



“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS

PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG STARBUCKS

COFFEE MALL KELAPA GADING”

Oleh:

Nama : Christopher Handika

NIM : 22120415

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Maret 2016

i

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

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.

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG STARBUCKS COFFEE MALL

KELAPA GADING

Diajukan Oleh:

Nama : Christopher Handika

NIM : 22120415

Jakarta, 18 Maret 2016

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,



(Lily Harjati, Ir., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016



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

Christopher Handika / 22120415 / 2016 / Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading / Lily Harjati, Ir.,MM

Seiring dengan berubahnya zaman yang mengikuti pengaruh globalisasi, memberikan dampak terhadap gaya hidup sehari – hari. Menikmati kopi di *Coffee Shop* merupakan salah satu gaya hidup yang timbul dari pengaruh globalisasi tersebut. *Coffee Shop* yang ada saat ini saling bersaing untuk menawarkan berbagai macam produk dan fasilitas. Dalam penelitian ini, penulis memilih *Coffee Shop* yang cukup dikenal oleh masyarakat yaitu Starbucks Coffee. Meningkatnya pesaing setiap tahunnya, membuat Starbucks semakin sulit untuk mempertahankan konsumennya. Hal ini disebabkan oleh karakteristik masyarakat yang dinamis dan beragam sehingga mengharuskan perusahaan – perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan pembaharuan produk terus menerus.

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada pelanggan berupa barang maupun jasa yang dapat memuaskan kebutuhan maupun keinginan pelanggan. Jasa atau pelayanan merupakan seluruh aktifitas, tindakan, kinerja ataupun manfaat yang pada dasarnya tidak berwujud, yang dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak lain, dan tidak mengakibatkan kepemilikan akan sesuatu atau apapun. Keputusan pembelian merupakan sebuah pilihan konsumen untuk membeli atau menggunakan sebuah produk dari berbagai alternatif produk yang ada.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda yang terdiri dari uji signifikansi simultan (Uji F), uji signifikansi individual (Uji t) dan uji koefisiensi determinasi (uji R Square).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen pada Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading, yang artinya semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan maka hasil dari pembelian ulang konsumen juga akan lebih tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari uji koefisiensi determinasi (R Square) menunjukkan bahwa pembelian ulang konsumen terhadap Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 42,3 %, sedangkan sisanya sebesar 57,7 % dijelaskan oleh variabel lain. Berdasarkan hasil analisis uji t dan uji F yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan baik parsial maupun bersama – sama, memberikan dampak positif yang signifikan kepada pembelian ulang Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading.



ABSTRACT

Christopher Handika / 22120415 / 2016 // *The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Repeat Purchase at Starbucks Coffee / Lily Harjati, Ir., MM*

Along with the changing of ages, Globalization gives a big impact in humans' lifestyle. Drinking coffee in coffee shop is one of the impacts from globalization era. Nowadays coffee shops are competing one to another to offer various kind of coffee and facilitate that they can give to the customer. In this research, the writer chooses Starbucks Coffee, one of the famous coffee shops. The increasing of competitors each year makes Starbucks Coffee face the difficulty to maintain their customers. This problem happens because the characteristic of the society which are dynamic and diverse/variety that push the companies to make innovation and recondition their product continuously.

Products are everything that offered to customers in form of goods and services which could satisfy needs as well as desire of customers. Service is a whole activity, act, performance or benefits which is basically intangible, that can be given from one party to another, and did not give result in possession of anything. Purchase decision is a consumers' choice to buy or use a product from various alternatives product.

This research used quantitative research with description method. The writer used questionnaire to collect the data. Analysis methods used for this research are descriptive analysis, classic assumption test, and double linear regression which contained F test, t test, and R square test.

This research shows that product quality and service quality gives significant impact to consumer repeat purchase to Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading, which means the higher quality of product and service, the result of consumer repeat purchase decision will also be higher.

Based on the results of this research that acquired from R.Square shows that the customers repeat purchase decision to Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading can be explained by the quality of the product and service 42,3%, otherwise the rest of it (57,7%) explained by the other variable. Based on the result of the t test and F test that has been done, We get the conclusion that the quality of product and service gives significant positive impact towards repeat purchase decision to Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan semangat dan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu penulis selama proses penulisan penelitian ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Lily Harjati, Ir., M.M, selaku dosen pembimbing penulis yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dan selalu sabar dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir proses penulisan penelitian ini.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama penulis menempuh masa perkuliahan.
3. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama penulis menyelesaikan penelitian ini.
4. Adrian Saputra, yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dan banyak membantu peneliti dalam menggunakan program SPSS.
5. Teman – teman penulis angkatan 2012 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat dan menemani penulis selama proses penyusunan penelitian ini.





Penulis meminta maaf apabila terdapat kesalahan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan dan penyajian penelitian ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan penelitian ini maupun untuk penelitian – penelitian selanjutnya.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan bagi pihak – pihak lain dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan serta masukan bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, Febuari 2016

Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI , RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teoritis	9
1. Kualitas Produk	9
a. Definisi	9



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.



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

b. Tingkatan Produk.....	10
c. Atribut Produk	11
d. Dimensi.....	12
2. Kualitas Pelayanan.....	14
a. Definisi.....	14
b. Karakteristik Jasa.....	15
c. Strategi Pemasaran Jasa	16
d. Kategori – Kategori Bauran Jasa	17
e. Dimensi.....	18
3. Pembelian Ulang.....	19
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis Penelitian	26
METODOLOGI PENELITIAN	
A. Objek Penelitian.....	27
B. Desain Penelitian	27
C. Variabel Penelitian.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Teknik Pengambilan Sampel	32
F. Teknik Analisis Data	32
1. Uji Validitas	33
2. Uji Reliabilitas	34
3. Analisis Deskriptif	35
4. Skala Likert.....	37
5. Uji Asumsi Klasik.....	37



a. Uji Normalitas.....	37
b. Uji Multikolinearitas.....	38
c. Uji Heteroskedastisitas	38
d. Uji Autokorelasi.....	39
6. Regresi Linear Berganda	40
a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	41
b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	41
c. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	42

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	43
B. Analisis Data.....	46
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	50
2. Profil Responden.....	52
a. Jenis Kelamin.....	52
b. Usia	53
3. Analisis Variabel Kualitas Produk.....	54
a. Penilaian Indikator Variabel Kualitas Produk	54
b. Penilaian Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	57
c. Penilaian Indikator Variabel Keputusan Pembelian	60
C. Hasil Penelitian	61
1. Uji Asumsi Klasik.....	61
a. Uji Normalitas.....	61

BAB IV

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



b. Uji Multikolinearitas.....	62
c. Uji Heteroskedastisitas	63
d. Uji Autokorelasi.....	63
2. Analisis Regresi Linear Berganda	64
a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	64
b. Uji Signifikansi Koefisiensi (Uji t).....	65
c. Uji Koefisiensi Determinasi (<i>R Square</i>).....	66
D. Pembahasan	66
 BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	72

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 TABEL

TABEL 1.1	TOP BRAND AWARD.....	5
TABEL 2.1	JURNAL PENELITIAN SEBELUMNYA.....	23
TABEL 2.2	JURNAL PENELITIAN SEBELUMNYA.....	24
TABEL 2.3	JURNAL PENELITIAN SEBELUMNYA.....	24
TABEL 3.1	VARIABEL KUALITAS PRODUK.....	29
TABEL 3.2	VARIABEL KUALITAS PELAYANAN.....	30
TABEL 3.3	VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	31
TABEL 3.4	SKOR RESPON SKALA LIKERT.....	37
TABEL 3.5	KEPUTUSAN ADA TIDAKNYA AUTOKORELASI.....	40
TABEL 4.1	HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK.....	45
TABEL 4.2	HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN.....	47
TABEL 4.3	HASIL UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	49
TABEL 4.4	HASIL UJI REALIBILITAS KUALITAS PRODUK.....	50
TABEL 4.5	HASIL UJI REALIBILITAS KUALITAS PELAYANAN.....	50
TABEL 4.6	HASIL UJI REALIBILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	51
TABEL 4.7	PRESENTASE JENIS KELAMIN RESPONDEN.....	51
TABEL 4.8	PRESENTASE USIA RESPONDEN.....	52
TABEL 4.9	SKOR RATA – RATA KUALITAS PRODUK.....	53
TABEL 4.10	SKOR RATA – RATA KUALITAS PELAYANAN.....	56

Hak cipta milik IBI KIKG (Insitut 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



TABEL 4.11	SKOR RATA – RATA KEPUTUSAN PEMBELIAN	59
TABEL 4.12	HASIL UJI NORMALITAS	60
TABEL 4.13	HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS	61
TABEL 4.14	HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS	62
TABEL 4.15	HASIL UJI AUTOKORELASI	63
TABEL 4.16	HASIL UJI TABEL F	63
TABEL 4.17	HASIL UJI SIGNIFIKAN KOEFISIEN	64
TABEL 4.18	HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI	65

Hak cipta milik IBI KIKG (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.

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	<i>FIVE STAGES MODEL OF CONSUMER BUYING PROCESS</i>	20
GAMBAR 4.1	LOGO STARBUCKS	43
GAMBAR 4.2	STARBUCKS MALL KELAPA GADING	44
GAMBAR 4.3	DAFTAR MENU STARBUCKS	44

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	PRA KUESIONER.....	72
LAMPIRAN II	HASIL PEROLEHAN DATA PRA KUESIONER.....	77
LAMPIRAN III	OUTPUT UJI VALIDITAS	80
LAMPIRAN IV	OUTPUT UJI RELIABILITAS	93
LAMPIRAN V	KUESIONER	94
LAMPIRAN VI	PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN DAN USIA.....	99
LAMPIRAN VII	HASIL PEROLEHAN DATA KUESIONER.....	102
LAMPIRAN VIII	OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK.....	111
LAMPIRAN IX	OUTPUT UJI REGRESI LINEAR BERGANDA.....	113



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.