

RESUME SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *STARBUCKS* *COFFEE* DI MALL KELAPA GADING JAKARTA UTARA

Disusun Oleh:

Nama: Raysa Septari Charim

NIM: 28090408

Dosen Pembimbing:

Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM.

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2014

Catatan: no telp. 081310005548 – email. Raysa.septari@gmail.com



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

Raysa Septari Charim / 28090408 / 2014 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks Coffee di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara / Pembimbing : Bpk Tumpal J.R.Sitinjak, Ir., MM.

Situasi persaingan dalam bisnis makanan saat ini begitu ketat dimana Starbucks Coffee harus mengantisipasi kemungkinan – kemungkinan yang dapat merugikan usahanya. Untuk mengurangi dan mempertahankan bisnisnya, maka tindakan – tindakan yang harus dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produknya sehingga konsumen tetap merasa puas dengan layanan dan produknya.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan teori kepuasan dan kualitas. Dimana kepuasan sendiri adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan kualitas sendiri adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Dalam penelitian ini objeknya adalah Starbucks Coffee, dimana sampel yang akan diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu judgement sampling. Subyek penelitiannya adalah konsumen yang makan di Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis regresi linear sederhana, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji otokorelasi, uji F, uji t .

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan agar Starbucks Coffee tetap mempertahankan kualitasnya agar konsumen tetap merasa puas.

ABSTRACT



Raysa Septari Charim / 28090408 / 2014 / Effect of Service Quality and Customer Satisfaction Toward Product Quality Starbucks Coffee at Mall Kelapa Gading , North Jakarta / Supervisor : Mr. Tumpal J.R.Sitinjak, Ir . , MM .

Competitive situation in the food business is currently so tight that Starbucks Coffee should anticipate the possibility of which could harm its business. To reduce and maintain its business , then the action that must be done is to improve the quality of service and quality products so that consumers continue to feel satisfied with the service and products .

This study was conducted based on the theory of satisfaction and quality. Where satisfaction itself is feeling happy someone came after comparing the perception or impression of the performance (or outcome) of a product and its expectations . While the quality of itself is a gamut of features and properties of the product or service that affect its ability to satisfy stated or implied .

In this study the object is Starbucks Coffee, where samples will be taken as many as 100 respondents using non probability sampling technique , which is judgment sampling . The subject of his research is that consumers eat at Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading , North Jakarta . Data was collected using questionnaires. The data analysis technique used are the following: validity tests, reliability tests, descriptive analysis, simple linear regression analysis, classic assumption tests, normality tests, heterocedacity tests, correlation tests, F tests, t tests.

Results of this study declare that positive affect service quality on customer satisfaction , product quality has a positive effect on satisfaction .

From this study it is concluded that there is a positive effect of service quality on customer satisfaction and there is a positive effect of product quality on customer satisfaction. It is expected that Starbucks Coffee while maintaining the quality that consumers continue to feel satisfied .

1. Hak cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip, menyalin, atau memperbanyak sebagian atau seluruh 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.



PENDAHULUAN

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Starbucks corporation, sebuah perusahaan terkenal didunia dengan bidang retail, dengan konsep sebuah restoran menghadirkan produk utama adalah kopi dan teh. Di dunia *starbuck corporation* sudah memiliki sekitar 4000 cabang, dan termasuk perusahaan dengan perkembangan yang cepat di Amerika. Starbucks corporation selain terkenal dengan kualitas kopinya juga dikenal dengan pelayanan konsumen dan perusahaan dengan biaya yang tinggi. Starbucks membangun sebuah lingkungan bisnis dimana mensosialisasikan ke konsumen sebuah produk dengan harga yang sesuai dengan produknya dan tidak ada batasan umur untuk datang menikmati produk di outlet.

Pada tahun 1982 , pandangan starbucks untuk lebih mengembangkan pemasaran ke berbagai daerah bahkan menjadi perusahaan global. Howard terinspirasi oleh bar espresso di Italia kemudian membuka jaringan Il Giornale pada 1985. Beberapa saat setelah pemilik asli *Starbucks* membeli *Peet's Coffee and Tea*, *Starbucks* pun dijual pada Howard yang kemudian mengganti nama Il Giornale dengan nama *Starbucks* pada 1987. Starbucks pertama di luar Seattle adalah di Vancouver dan Chicago pada 1987 sedangkan cabang pertama di luar Amerika Utara terletak di Tokyo, Jepang yang dibuka pada 1996. Sejak pertama kali dibuka di Seattle, Starbucks tumbuh dengan sangat cepat. Pada tahun 1990-an, Starbucks banyak membuka kedai baru. Pertumbuhan ini terus berlanjut sampai tahun 2000-an.

Sebetulnya, *Starbucks* berhubungan dengan Indonesia sejak 1970-an. Kantor pusat *Starbucks* di Seattle, Amerika Serikat, sering memesan kopi dari Sumatera dan Jawa. Meski hubungannya sudah cukup lama, ada banyak pertimbangan untuk membuka gerai di Indonesia. Untuk berhasil dalam persaingan bisnis apapun , sangat penting untuk

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.



pebisnis memperhatikan kualitas produk, jasa serta pelayanan. Selain itu, bisnis yang menguntungkan pada umumnya memusatkan perhatian pada pengembangan sikap yang berorientasi kepada kepuasan stakeholder (stakeholder satisfaction). Starbucks bila dibandingkan dengan retail *coffee shop* lain, *starbucks coffee* bisa dikatakan *brand* yang membumi dan paling banyak diingat. Keunggulan yang ada pada *satarbucks coffee* adalah bagaimana mereka melakukan “*human connection*” dengan pelanggan maupun konsumennya dengan menerapkan nilai-nilai dan visi-misi yang ada sehingga menimbulkan sebuah *starbucks experience* yang di ingat oleh pelanggan dan konsumennya. Di samping itu semua produk olahan *Starbucks* adalah “*hand-made product*” dan biji kopi yang dihasilkan merupakan biji kopi kelas dunia dan langsung di datangkan dari asalnya. Untuk bisa menjadi *retail coffee shop* yang terbesar seperti sekarang ini *Starbucks Coffee* harus bersaing dengan *coffee shop* sekelas *The Coffee Been & Tea Leaf, Exelco, JCO Donut & Coffee*. Dari informasi di atas penulis menemukan masalah dari segi kualitas layanan, kualitas produk dari *Starbucks Coffee* agar mampu bersaing dan memenangkan pasar untuk memuaskan konsumen dan pelanggannya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis menemukan berbagai masalah diantaranya:

1. Apakah yang menjadi faktor – faktor yang memengaruhi konsumen dalam membeli produk *Starbucks Coffee*?
2. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan pada produk *Starbucks Coffee*?
3. Apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan *Starbucks Coffee* ?

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.



C. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan pada produk *Starbucks Coffee*?
2. Apakah kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan *Starbucks Coffee*?

D. Rumusan Masalah

Melihat batasan masalah diatas, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah yang akan dianalisa dan diteliti sehingga dapat memperoleh hasil yang akurat. Rumusan masalah tersebut adalah: “Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *Starbucks Coffee* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.”

E. Batasan Penelitian

Agar tujuan pembahasan ini menjadi lebih terarah untuk mencapai sasaran yang diinginkan, maka penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dilaksanakan dan dilakukan pada Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.
2. Subjek penelitiannya adalah para konsumen yang pernah membeli produk Starbucks di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.
3. Waktu penelitian Maret 2014 - Juli 2014.

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *Starbucks Coffee*?
2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan *Starbucks Coffee*?



G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi *Starbucks Coffee*

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan masukan bagi pihak *Starbucks Coffee* dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan yang lebih memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan agar usahanya dapat berkembang lebih besar lagi.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai konsep kualitas layanan dan kualitas produk. Dan diharapkan hasil penelitian ini sebagai masukan tentang elemen apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah *Starbucks Coffee*. Subjek penelitian yang dipilih adalah 100 orang responden yang merupakan pelanggan dari *Starbucks Coffee* di kawasan Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Penelitian dilakukan pada periode bulan Mei sampai dengan Agustus 2014.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2008: 142), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bila ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda yaitu:



1. Tingkat perumusan masalah
Penelitian ini menggunakan studi formal dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan penelitian yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan yang ada di dalam batasan masalah penelitian.
2. Metode pengumpulan data
Penelitian ini dilakukan dengan cara survey, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pernyataan kepada responden mengenai variabel dalam penelitian kemudian mengumpulkan jawaban dari pernyataan dalam kuesioner tersebut.
3. Pengendalian variabel - variabel oleh peneliti
Penelitian ini dikatakan sebagai penelitian *ex post facto* karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga peneliti tidak dapat mengontrol variabel – variabel yang diteliti dan sifatnya tidak dapat dimanipulasi.
4. Tujuan penelitian
Penelitian ini tergolong penelitian kausal karena penelitian ini berkaitan dengan pernyataan ”pengaruh” dan ”seberapa besar pengaruh” variabel independen terhadap variabel dependen.
5. Dimensi waktu

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.



Dilihat dari sisi dimensi waktunya, penelitian ini merupakan penelitian studi *cross-section* (studi lintas bagian) dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu.

6. Ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini menggunakan studi desain statistik dengan tujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Kesimpulan penelitian disajikan berdasarkan tingkat sejauh mana sampel adalah representatif dengan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan), karena data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi subyek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban - jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Dimana persepsi subyek penelitian dapat memengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan pemahaman kepada subyek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang penulis lakukan.

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.



Teknik Pengambilan Sampel

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Unsur Sampel

Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel yang akan diambil adalah para konsumen di wilayah Mall Kelapa Gading yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk *Starbucks Coffee*.

2. Ukuran Sampel

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 100 orang mengkonsumsi produk *Starbucks Coffee* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.

3. Cara Penentuan Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* atau yang juga disebut penarikan sampel secara tidak acak. Jenis teknik ini yang digunakan adalah teknik *judgement sampling*, dimana pengambilan anggota sampelnya dilakukan berdasarkan pertimbangan peneliti sehingga peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | -.148 | .362 | | -.408 | .684 | | |
| kl | .458 | .121 | .364 | 3.797 | .000 | .427 | 2.341 |
| kp | .590 | .119 | .475 | 4.958 | .000 | .427 | 2.341 |

a. Dependent Variable: kepk

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, maka didapat persamaan regresi ganda nya sebagai berikut :

$$\hat{Y} = -0,148 + 0,458 x_1 + 0,590 x_2$$

Dimana Y merupakan kepuasan pelanggan , x₁ adalah kualitas layanan, dan x₂ adalah kualitas produk.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- i. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Besar koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,364 dengan t hitung 3,797 (sig 0,000 < 0,05), menunjukkan bahwa





variabel kualitas layanan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

ii. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan

Besarnya koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,475 dengan t hitung 4,958 ($\text{sig } 0,000 < 0,05$), menunjukkan bahwa variabel kualitas produk terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan hasil uraian di atas yang sudah ada tersebut, maka dapat dikemukakan beberapa hal berikut :

1. Variabel kualitas layanan mempunyai skor rata-rata adalah 4,2582 yang berada dalam rentang skala sangat setuju, variabel kualitas produk mempunyai skor rata-rata sebesar 4,3638 yang berada di rentang skala sangat setuju, variabel kepuasan pelanggan mempunyai skor rata-rata sebesar 4,3750 yang berada di rentang skala sangat setuju.
2. Dari tabel 4.14, dapat diketahui bahwa model regresi memiliki $F\text{-sig } (0,000) < \alpha (0,05)$ yang berarti model regresi tersebut signifikan atau dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk dan kualitas layanan dengan nilai R^2 sebesar 0,620 yang berarti nilai variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kualitas produk sebesar 62%. Sisa nya 38% kepuasan pelanggan bisa saja dipengaruhi oleh variabel lainnya.

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



4. Menurut uji asumsi klasik, data berdistribusi normal, tidak terjadi korelasi antar variabel independent dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil perhitungan yang telah disajikan pada bab IV, maka dapat ditarik suatu kesimpulan untuk menjawab batasan-batasan masalah penelitian pada bab I sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan *Starbucks Coffee* di Mall Kelapa Gading.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan *Starbucks Coffee* di Mall Kelapa Gading.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut:

I. Bagi Perusahaan

- a. *Starbucks Coffee* harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan harus melatih karyawan untuk cepat tanggap dalam menghadapi dan melayani konsumen walaupun keadaan gerai ramai. *Starbucks Coffee* harus tetap mempertahankan kualitas pelayanan bagaimana pun kondisinya agar konsumen selalu merasa puas terhadap pelayanan *Starbucks Coffee*. *Starbucks Coffee* juga harus mempertahankan tempat yang bersih sehingga konsumen merasa nyaman.



Starbucks Coffee juga harus mempertahankan reputasi yang baik agar konsumen percaya akan kualitas dari *Starbucks Coffee* sehingga konsumen puas dan melakukan pembelian secara teratur.

C

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Starbucks Coffee juga harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga *Starbucks Coffee* juga perlu mengembangkan inovasi produk, bisa dengan menyajikan makanan yang lebih lezat dengan harga yang sesuai sertanya adanya kreasi yang ditambahkan. Dalam meningkatkan kualitas produk, *Starbucks Coffee* dapat menjaga terus produknya dari kebersihan dan kesegaran agar tetap dalam keadaan baik sehingga konsumen tidak beralih, konsumen akan terus loyal terhadap *Starbucks Coffee*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya, Variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya terbatas pada kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain sehingga penelitian menjadi lebih kompleks dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

Dari hasil R square saya memperoleh 62% yang dipengaruhi oleh variabel ini, sisa 38% bisa di tambahkan pengaruh oleh variabel harga, faktor emosi, atau kemudahan.

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.



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran Institut Kwik Kian Gie School Of Business.

Skripsi ini pun dapat saya selesaikan karena bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM, yang telah menjadi dosen pembimbing bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Segenap Civitas academica Kwik Kian Gie School Of Business, khususnya pada program studi Manajemen yang memberikan pengalaman berharga kepada penulis selama menjalankan studi .
3. Seluruh anggota keluarga penulis, yaitu Mama, Papa, Dedek yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini.
4. Yuliana Alexander yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman - teman penulis yang selalu mendukung, dukungan doa dan memberikan motivasi: Ellvina, Ellvani, Vicky, Apri, Nina.
6. Teman – teman penulis cikita, tari, chatalya, arga, dave, junjun, dan teman-teman lainnya.
7. Teman – teman penulis di Kalimantan barat Pontianak dan singkawang yang selalu memberikan dukungan.



8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, atas perannya dalam membantu penelitian ini

Hak cipta milik 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 PUSTAKA

- Aritonang, Lerbin R. 2005, *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*, edisi pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Bilson Simamora (2003), *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*, Cetakan kedua. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler 2008, *Business Research Method*, Edisi 10, New York: McGraw-Hill.
- Freddy Rangkuti (2003), *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, Ricky W., and Ronald J Ebert.(2006). *Business*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Ghozali, Imam 2008, *Structural Equation Modelling*, Edisi 2, Semarang,: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, Handi. 2002. *Prinsip-Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Gramedia
- Kaveh, Mojtaba 2012, “*Role of Trust in Explaining Repurchase Intention*” *African Journal of Business Management* Vol. 6(14), pp. 5014-5025.
- Kotler Philip,dan Keller Lane Kevin (2007), *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, II, Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller 2012, *Marketing Management*, 14th Edition, USA: Pearson
- Kotler, Philip and Gary.Armstrong (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, terjemahan oleh Bob Sabran, edisi 12, Buku 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2012, *Principle of Marketing*, 14th Edition, USA: Pearson.
- Kotler Philip,dan Keller Lane Kevin,2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi ketigabelas, jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh,Penerbit: Prenhalindo, Jakarta
- Kosasih, Aa. (2009). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan prima di perpustakaan*. Malang: Universitas Negeri Malang
- Liu, MC, 2005, “*The Multi Dimensional and Hierarchical Structure of Perceived Quality and Customer Satisfaction*”, *International Journal of Management*, Vol 22, No. 3
- Parasiraman, A; Valarie A. Zeithaml; and Berry L.L.(2009), “*Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market*”, **Jurnal Riset Manajemen**, Vol. 3, No 1, 2012.

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.

Hak cipta milik BK (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Parasuraman, A; Valarie A. Zeithaml; and Leonard L. Berry, 1985. *Problem and Stratigies in Service Marketing, Journal of marketing.*

Sugiyono (2009) Metode Penelitian Bisnis. Bandung : PT. Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.

Umar, Husien . 2008. Desain Penelitian MSDM dan Prilaku Karyawan . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Website

<http://indonesiabelajar.blogspot.com/2012/01/organizational-behavior-of-starbucks.html>

http://www.academia.edu/5318976/strategi_bisnis_starbucks_coffee

<http://www.tempo.co/read/news/2013/08/11/093503605/Wawancara-Bos-Starbucks-IndonesiaTak->

[Cukup di-Mal](#)

<http://www.zomato.com/id/jakarta/starbucks-coffee-kelapa-gading/menu#tabtop>

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.