

**PENGARUH EKUITAS MEREK BERBASIS KONSUMEN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DI KEDAI
KOPI STARBUCKS**

***THE EFFECT OF CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY AND CUSTOMER
SATISFACTION TO BRAND LOYALTY IN STARBUCKS***



Disusun Oleh :

BONDAN FINDYASMARA PERMANA PUTRA

20130410107

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK BERBASIS KONSUMEN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DI KEDAI
KOPI STARBUCKS**

***THE EFFECT OF CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY AND CUSTOMER
SATISFACTION TO BRAND LOYALTY IN STARBUCKS***



Telah Disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.

NIK 19680531199202 143012

Tanggal 24 April 2019

SKRIPSI

**PENGARUH EKUITAS MEREK BERBASIS KONSUMEN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DI KEDAI
KOPI STARBUCKS**

***THE EFFECT OF CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY AND CUSTOMER
SATISFACTION TO BRAND LOYALTY IN STARBUCKS***

Diajukan Oleh :


Bondan Findyasmara Permana Putra
20130410107


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 10 Mei 2019

Yang terdiri dari


Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si
Ketua Tim Penguji


Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M
Anggota Tim Penguji


Retno Widowati PA., M.S.i., Ph.D
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA
NIK 19731218199904 143 068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Bondan Findyasmara Permana Putra

NIM : 20130410107

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH EKUITAS MEREK BERBASIS KONSUMEN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DI KEDAI KOPI *STARBUCKS*”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 28-05 2019



Bondan Findyasmara Permana Putra

MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
Maka apabila kamu telah selesai (dari semua urusan)
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) orang lain
Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap

(Q.S Al-Insyirah 5-6)

“Hidup ini bagai skripsi, banyak bab dan revisi yang harus dilewati. Tapi akan selalu berakhir indah, bagi yang pantang menyerah” -Alitt Susanto-

“Apapun kampusmu, itu adalah kampusmu. Tetap yang terbaik. Orang-orang harus tahu. Semuanya adalah romantisme, sisanya adalah perjuangan.” -Pidi Baiq-

“Semua yang dilakukan di masa kini, akan membawa konsekuensi di masa depan dan menjadi penebus atas masa lalu” -Paulo Ceolho-

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur, karya tulis ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak dan Ibu yang tak pernah lelah memberikan doa dan dukungan, terimakasih yang begitu besar atas setiap doa, nasehat, cinta dan kasih sayang pada anakmu ini
2. Kakak dan adik yang selalu memberikan semangat
3. Ibu dosen yang selalu sabar dalam membimbing saya
4. Sahabat-sahabat terdekat yang selalu memberi dukungan pada saya
5. Manajemen C 2013
6. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
7. Seluruh pembaca yang membaca skripsi ini

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas fisik, perilaku karyawan, keselarasan diri, identifikasi merek dan keselarasan gaya hidup terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas merek pada pelanggan *Starbucks* di Yogyakarta. Penelitian ini mengambil sampel 160 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan teknik purposive sampling yaitu pelanggan *Starbucks* dari kalangan mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan dengan analisis Struktural Equation Modeling (SEM).

Hasil penelitian menyebutkan bahwa: 1) Kualitas fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 2) Perilaku karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 3) Keselarasan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 4) Identifikasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 5) Keselarasan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 6) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci: kualitas fisik, perilaku karyawan, keselarasan diri, identifikasi merek, keselarasan gaya hidup, kepuasan pelanggan, loyalitas merek.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of physical quality, employee behavior, self-congruence, brand identification and lifestyle-congruence to customer satisfaction and brand loyalty on the customer Starbucks in Yogyakarta. This research take a sample of 160 students from Muhammadiyah University of Yogyakarta with purposive sampling technique is Starbucks customers from the students. Data was collected by questionnaires. Data analysis was performed by descriptive and analytical Structural Equation Modeling (SEM).

The result the study that: 1) The physical quality have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 2) Employee behavior have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 3) Ideal self-congruence have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 4) Brand identification have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 5) Lifestyle congruence have a positive and significant impact on the customer satisfaction; 6) Customer satisfaction have a positive and significant impact on brand loyalty.

Keywords: *physical quality, employee behavior, ideal self-congruence, brand identification, lifestyle congruence, customer satisfaction, brand loyalty.*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “**Pengaruh Ekuitas Merek Berbasis Konsumen dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek di Kedai Kopi Starbucks**”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun kiranya dapat menjadi satu sumbangan yang berarti. Sebagai kata akhir, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritis, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, Mei 2019

Penulis,

Bondan Findyasmara Permana Putra

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| PERNYATAAN | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| INTISARI | viii |
| ABSTRACT | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I - PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II - TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| A. Landasan Teori..... | 9 |
| 1. Ekuitas Merek Berbasis Konsumen | 9 |
| 2. Kepuasan Konsumen..... | 16 |
| 3. Loyalitas Merek | 19 |
| B. Riset Terdahulu | 21 |
| C. Penurunan Hipotesis | 25 |
| 1. Pengaruh Kualitas Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan | 25 |
| 2. Pengaruh Perilaku karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 25 |
| 3. Pengaruh Keselarasan Diri terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 27 |
| 4. Pengaruh Identifikasi Merek terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 28 |
| 5. Pengaruh Keselarasan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan.. | 29 |

| | |
|---|----|
| 6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek | 30 |
| D. Model Penelitian | 31 |
| BAB III - METODE PENELITIAN | 32 |
| A. Objek dan Subjek Penelitian | 32 |
| B. Jenis Data | 32 |
| C. Teknik Pengambilan Sampel..... | 33 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| E. Definisi Operasional Variabel..... | 34 |
| 1. Kualitas Fisik | 35 |
| 2. Perilaku Karyawan | 35 |
| 3. Keselarasan Diri | 35 |
| 4. Identifikasi Merek | 36 |
| 5. Keselarasan Gaya Hidup | 36 |
| 6. Kepuasan Pelanggan | 36 |
| 7. Loyalitas Merek | 36 |
| F. Uji Instrumen | 37 |
| 1. Uji Validitas | 37 |
| 2. Uji Reliabilitas | 37 |
| G. Alat Analisis Data | 38 |
| BAB IV - HASIL PENELITIAN | 44 |
| A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian | 44 |
| 1. Objek Penelitian | 44 |
| 2. Subjek Penelitian..... | 46 |
| B. Analisis Deskriptif | 51 |
| 1. Variabel Kualitas Fisik..... | 54 |
| 2. Variabel Perilaku Karyawan | 55 |
| 3. Variabel Keselarasan Diri | 56 |
| 4. Variabel Identifikasi Merek | 57 |
| 5. Variabel Keselarasan Gaya Hidup | 58 |
| 6. Variabel Kepuasan Pelanggan..... | 59 |
| 7. Variabel Loyalitas Merek..... | 60 |

| | |
|--|-----------|
| C. Analisis Model Persamaan Struktural (SEM) | 62 |
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas | 62 |
| 2. Uji Kecocokan Model | 67 |
| 3. Uji Hipotesis | 71 |
| D. Pembahasan..... | 73 |
| 1. Pengaruh Kualitas Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan | 73 |
| 2. Pengaruh Perilaku Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 74 |
| 3. Pengaruh Keselarasan Diri terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 75 |
| 4. Pengaruh Identifikasi Merek terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 77 |
| 5. Pengaruh Keselarasan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan.. | 78 |
| 6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek | 80 |
| BAB V - SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN . | 82 |
| A. Simpulan | 82 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 83 |
| C. Saran..... | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |
| LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN | 88 |
| LAMPIRAN 2 OUTPUT DATA | 91 |
| LAMPIRAN 3 TABEL..... | 104 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit Index</i> | 42 |
| Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 47 |
| Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia..... | 48 |
| Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Angkatan Kuliah..... | 48 |
| Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Fakultas..... | 49 |
| Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Program Studi..... | 50 |
| Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Tempat Asal..... | 51 |
| Tabel 4.7. Tabel Interval Bobot Skor Mean..... | 53 |
| Tabel 4.8. Deskripsi Variabel Kualitas Fisik..... | 54 |
| Tabel 4.9. Deskripsi Variabel Perilaku Karyawan..... | 55 |
| Tabel 4.10. Deskripsi Variabel Keselarasan Diri..... | 56 |
| Tabel 4.11. Deskripsi Variabel Identifikasi Merek..... | 57 |
| Tabel 4.12. Deskripsi Variabel Keselarasan Gaya Hidup..... | 58 |
| Tabel 4.13. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan..... | 60 |
| Tabel 4.14. Deskripsi Variabel Loyalitas Merek..... | 61 |
| Tabel 4.15. Uji Validitas dan Reliabilitas Tahap 1..... | 64 |
| Tabel 4.16. Uji Validitas dan Reliabilitas Tahap 2..... | 66 |
| Tabel 4.17. Uji Kecocokan Model..... | 68 |
| Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis..... | 72 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Bagan 2.1 Konsep Ekuitas Merek..... | 10 |
| Gambar 2.2 Nilai Loyalitas Merek..... | 20 |
| Gambar 2.3 Model Penelitian..... | 31 |
| Gambar 4.1. Output Model Dasar pada <i>Standardized Solution</i> | 65 |
| Gambar 4.2. SLF antar variabel..... | 71 |