

**PENGARUH KUALITAS PRODUK STARBUCKS COFFEE  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Nama : Hendy Susanto  
Nim : 43105010127



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK STARBUCKS COFFEE  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Hendy Susanto  
Nim : 43105010127



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hendy Susanto

NIM : 43105010127

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 9 Maret 2012

(Hendy Susanto)

NIM 43105010127

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nama** : Hendy Susanto  
**NIM** : 43105010127  
**Program Studi** : Manajemen  
**Judul Skripsi** : **Pengaruh Kualitas Produk Starbucks Coffee Terhadap Loyalitas Konsumen.**  
**Tanggal Lulus Ujian** : 9 April 2013

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

  
*Tafiprios*  
(Tafiprios, SE, MM)  
**MERCU BUANA**

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen S1



( Dr. Wiwik Utami, Ak., Ms. )



( Dr. Rina Astini, SE, MM. )

Tanggal :

Tanggal :

**LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI**

Skripsi

Pengaruh Kualitas Produk Starbucks Coffee terhadap Loyalitas Konsumen

(Studi Kasus Starbucks Coffee Bursa Efek Indonesia)

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

**Hendy Susanto**

**43105010127**

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 9 April 2013

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi**




( Tafiprios, SE, MM )

**Anggota Dewan Penguji 1**



( Dra. Daru Asih, SE, M.Si )

**Anggota Dewan Penguji 2**



( Priyono, SE, MM )

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas segala rahmat dan kekuatan serta karunianya yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dan dapat mencapai pendidikan akhir pada program sarjana (S1) yang mana skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak luput dari kekurangan, baik mengenai isi, pembahasan maupun cara penyajiannya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca untuk lebih menyempurnakan isi dari skripsi ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik berupa saran, bimbingan dan pengarahan juga memberikan dorongan moril, maupun materil kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak.,MS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Arief Bowo Prayoga K, SE, MM. Selaku Wakil Dekan & Pembina Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.

4. Bapak Tafiprios, SE, MM. Selaku Pembimbing Materi yang selama ini meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan bantuan, pengarahan, petunjuk, serta dorongan yang sangat berharga dan berarti bagi penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
5. Para Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
6. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Atas bantuan administrasi dan prosedur selama ini.
7. Pimpinan dan Staff Starbucks Coffee Bursa Efek Indonesia yang telah memberikan kesempatan kerja dan bantuan dalam rangka pengumpulan data dan informasi yang diperlukan untuk menyusun skripsi ini.
8. Alm Papa Liem dan Mama tercinta, yang telah memberikan dorongan moral maupun materil serta semangat dan doa yang tulus kepada penulis selama ini.
9. Untuk kakak ku Suheni, abang ku Suhendra dan Erick serta adik ku Stevy terima kasih atas dorongan semangatnya yang selalu mengingatkan penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk team Starbucks BEI, GI 1, dan Menteng F1 terima kasih atas dukungan teman – teman sekalian.
11. Untuk sahabat terbaikku Arief, Yudha, Fiqih, Cello, payitem, Liloy, dll terima kasih atas dukungan semangat serta kebaikannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Juga kepada rekan – rekan tecinta Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Managemen Khususnya angkatan 2005 atas kebersamaannya, serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan semangat moril kepada penulis.

Akhir kata meskipun terdapat banyak kekurangan dan adanya keterbatasan, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, dan pihak lain yang membaca skripsi ini.



Jakarta, Maret 2013

Penulis

(Hendy Susanto)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Pembatasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	3
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II LANDASAN TEORI .....	5
2.1 Pengertian Pemasaran .....	5
2.1.1 Unsur Dalam Definisi .....	7
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8

2.3 Pengertian Produk .....	9
2.3.1 Pembagian Produk .....	9
2.3.2 Klasifikasi Produk .....	10
2.4 Pengertian Kualitas Produk .....	14
2.4.1 Mengukur Kualitas Produk .....	16
2.5 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas .....	18
2.5.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas .....	18
2.6 Pengendalian Kualitas .....	20
2.7 Pengertian Loyalitas Konsumen .....	21
2.7.1 Faktor Internal .....	22
2.7.2 Faktor Eksternal .....	23
2.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	26
3.2 Prinsip Starbucks Coffee .....	29
3.3 Visi Dan Misi Starbucks Coffee .....	30
3.4 Metode Penelitian .....	31
3.5 Hipotesis .....	32
3.6 Populasi Dan Sampel Penelitian .....	32
3.7 Variabel Dan Pengukuran .....	33
3.7.1 Variabel Penelitian .....	33
3.7.2 Definisi Operational Variabel .....	33
3.7.3 Indikator.....	33
3.7.4 Pengukuran .....	36

3.8 Metode pengumpulan Data .....	37
3.8.1 Penelitian Keperpustakaan .....	37
3.8.2 Riset Lapangan .....	37
3.9 Metode Analisis Data .....	38
3.9.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif .....	38
3.9.2 Analisis Regresi .....	38
3.9.3 Validitas dan Reabilitas .....	39
3.10 Pengujian Hipotesis .....	41
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Analisis Data .....	43
4.1.1 Data Responden .....	43
4.2 Analisa Kualitas Produk .....	47
4.3 Rekapitulasi Hasil Analisa Kualitas Produk .....	55
4.4 Analisa Loyalitas Konsumen .....	56
4.5 Rekapitulasi Hasil Analisa Loyalitas Konsumen .....	64
4.6 Analisis Regresi .....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Simpulan .....	70
5.2 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator kualitas produk .....	34
Tabel 3.2 Indikator loyalitas konsumen .....	35
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden .....	44
Tabel 4.2 Usia responden .....	45
Tabel 4.3 Pekerjaan responden.....	46
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Performance.....	47
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Feature.....	48
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Reliability.....	49
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Serviceability.....	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Conformance.....	51
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Durability.....	52
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Aesthetics.....	53
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Fit and Finish.....	54
Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Analisa Kualitas Produk .....	55
Tabel 4.13 Seringkah anda membeli minuman Starbucks .....	56
Tabel 4.14 Seringkah anda membeli biji kopi Starbucks .....	57
Tabel 4.15 Seringkah anda memesan makanan Starbucks .....	58
Tabel 4.16 Seringkah anda membeli aksesoris Starbucks .....	59
Tabel 4.17 Seringkah anda menawarkan Produk Starbucks kepada orang lain ...	60
Tabel 4.18 Seringkah anda membicarakan keunggulan Starbucks .....	61
Tabel 4.19 Seringkah anda menolak mengganti minuman kopi Starbucks .....	62
Tabel 4.20 Seringkah anda menolak datang ke kedai kopi selain Starbucks.....	63

Tabel 4.21 Rekapitulasi Hasil Analisa Loyalitas Konsumen .....	64
Tabel 4.22 Variables Entered/Removed .....	65
Tabel 4.23 Model Summary .....	66
Tabel 4.24 Coefficients .....	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.6 Uji T ..... 69



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Hasil Analisis Regresi
- Lampiran II : Frequency Table
- Lampiran III : Hasil Tabulasi Kualitas Produk
- Lampiran IV : Hasil Tabulasi Loyalitas Konsumen
- Lampiran V : Kuesioner



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA