

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
STARBUCKS KAFE DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI



PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Hasan Basri

NIM : 43118010407

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 30 September 2022

MERCU BUANA



Muhammad Hasan Basri

NIM : 43118010407

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Hasan Basri
NIM : 43118010407
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan pada Starbucks Kafe di DKI Jakarta.
Tanggal Sidang : 1 Oktober 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 10221668



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam Skripsi ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Starbucks Kafe”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagaimana biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, Khususnya Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberi semangat yang tiada hentinya, memotivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan demi terselesaikannya penelitian ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

MERCU BUANA

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih SE. M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Kedua orang tua, Bapak Mujiman dan Ibu Turiah, Mas Agung Wicaksono beserta istri Fizah dan Mas Arif Budianto beserta istri Khairunisa, dan juga kedua Adik saya Miftah Aziz Koharudin dan Arahma Nurhasanah, dan Ponakan saya Annasya Jasmine Arifatul

Ulya, Ashraf Malik Al Fatih dan Saudara saya Trio Ade dan Bilal Lutfi atas doa dan dukungannya baik secara moril maupun material.

5. Teristimewa Farah Cetta Rasendriya yang telah banyak membantu dalam penulisan Skripsi ini serta doa dan dukungan moril selama penulisan Proposal Skripsi ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan Ilham, Aryo, Diana, Yusuf, Indra, Alya, Vemi, Nindy dan Redha atas bantuan dan kerjasamanya.
7. Teman dan Sahabat Ormawa FEB khususnya HIMA Manajemen S1 Periode 2019-2020 dan Periode 2020-2021. Sudah mampu memberikan pengalaman berharga dalam berorganisasi yang baik selama saya berada di dalam Ormawa HiMA Manajemen S1.
8. Teman dan Sahabat Spot Coffe yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas bantuan, motivasi, dan doanya.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih dalam ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan dalam penyempurnaan Skripsi ini. Penulis juga berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi Starbucks Kafe dalam pengembangan bisnisnya dan pembaca dalam kegiatan belajar mengajar guna meningkatkan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran.

Jakarta, 7 Juli 2022

Muhammad Hasan Basri

NIM : 43118010407

DAFTAR ISI

Halaman

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2. Kualitas Produk.....	14
3. Harga.....	21
4. Gaya Hidup	25
5. Loyalitas Pelanggan	30
6. Penelitian Terdahulu	34
B. Pengembangan Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	43

A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian.....	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variable.....	44
1. Definisi Variable	44
a. Variabel independent.....	44
b. Variabel dependen.....	45
2. Operasional Variable.....	45
D. Skala Pengukuran.....	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian	49
1. Populasi Penelitian	49
2. Sampel Penelitian.....	50
F. Teknik Pengukuran Data.....	51
1. Kuisioner.....	51
2. Metode Kuisioner Online.....	51
G. Metode Analisis Data.....	52
1. IBM SPSS Statistic	52
2. Uji Instrumen	53
3. Analisis Partial Least Square	54
4. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS.....	55
a. Evaluasi measurement (Outer Model)	55
b. Metode Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model).....	57
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	59
A. Gambar Umum Objek Penelitian	59
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	60

1. Deskripsi Responden.....	60
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	61
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	61
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	63
2. Deskripsi Variabel.....	63
a. Variabel Kualitas Produk	63
b. Variabel Harga	65
c. Variabel Gaya Hidup.....	66
d. Variabel Loyalitas Pelanggan	66
C. Hasil Analisis Data PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	67
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	68
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top of Mind Brand Awareness Coffee	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Kopi <i>Cappucino</i>	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Pengertian Operasional Variable Penelitian	46
Tabel 3.2 Pengertian Operasional Variable Penelitian	47
Tabel 3.3 Pengertian Operasional Variable Penelitian	47
Tabel 3.4 Pengertian Operasional Variable Penelitian	48
Tabel 3.5 Instrument Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2 Usia Responden.....	61
Tabel 4.3 Wilayah Tempat Tinggal Responden.....	61
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	62
Tabel 4.5 Penghasilan Responden.....	63
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	65
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup.....	66
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	67
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Convergent Validity	69
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Convergent Validity Modifikasi.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	76

Tabel 4.15 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterion)	76
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha	77
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Composite Reliability	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2)	79
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional	2
Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Gerai Starbucks Coffee	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	70
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS Modifikasi.....	72
Gambar 4.3 Hasil Uji Boostrapping.....	81



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner	99
2. Hasil Kuisioner	105
3. Hasil Output SEM-PLS.....	108

