

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
STARBUCKS TEBET RAYA**

**SKRIPSI**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana**

**Jakarta**



**Nama : Anggia Putri Rahayu**

**Nim : 43115010321**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggia Putri Rahayu

Nim 43115010321

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 melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 08 Februari 2021



(Anggia Putri Rahayu)

43115010321

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anggia Putri Rahayu  
NIM : 43115010321  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek,  
Kualitas Pelayanan, Dan  
Kualitas Produk Terhadap  
Kepuasan Pelanggan  
Starbucks Tebet Raya  
Tanggal Lulus Ujian : 07 April 2021

Disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing,

Ketua Penguji,



**Zulfitri, Dr., MP, MM**

**Ali Hanafiah, S.E., M.M**

Tanggal: 21/04/2021

Tanggal: 20/04/21

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



**Dr. Erna Sofriana Imaningsih, S.E., M.Si**

**Dr. H. Sonny Indrajaya, MM**

Tanggal 22/04/2022

Tanggal: 22/04/2022

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi pada Starbucks Tebet Raya”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Progran Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Zulfitri, Dr., MP, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang memberikan sara, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini;
2. Ibu Astri Badriyah selaku *store manager* Starbucks Tebet Raya serta teman-teman saya sesama barista di Starbucks Tebet Raya yang telah memberikan dukungan dan semangat;
3. Teristimewa, kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada saya.

4. Seluruh pelanggan Starbucks Tebet Raya, yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini;
5. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
6. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
7. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
8. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amiiin;
9. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama saya kuliah;
10. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita;

Saya menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, saya mengharapkan segala bentuk saran serta

masuk bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, saya mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 08 Februari 2021

Anggia Putri Rahayu



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>11</b>
<b>C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian</b> .....	<b>12</b>
1. Tujuan Penelitian .....	12
2. Kontribusi Penelitian .....	13
<b>BAB II</b> .....	<b>14</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>14</b>
<b>A. Kajian Pustaka</b> .....	<b>14</b>
1. Manajemen Pemasaran .....	14
a. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	14
b. Konsep Pemasaran .....	15
2. Kepuasan Pelanggan .....	16
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	16
b. Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	17
c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	19
d. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan .....	20
3. Citra Merek .....	22

a. Pengertian Citra Merek.....	22
b. Tujuan Merek .....	23
c. Manfaat Merek .....	24
d. Karakteristik Merek.....	24
e. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	25
4. Kualitas Produk.....	28
a. Pengertian Kualitas Produk .....	28
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	29
5. Kualitas Pelayanan.....	32
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	32
b. Karakteristik Layanan .....	33
c. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan .....	33
<b>B. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>36</b>
<b>C. Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>40</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>43</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
<b>A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....</b>	<b>43</b>
1. Waktu Penelitian .....	43
2. Tempat Penelitian .....	43
<b>B. Desain Penelitian .....</b>	<b>44</b>
<b>C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>44</b>
1. Definisi Variabel .....	44
2. Operasionalisasi Variabel .....	46
<b>D. Skala Pengukuran .....</b>	<b>51</b>
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>51</b>
1. Populasi.....	51
2. Sampel Penelitian.....	52
<b>F. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>53</b>
<b>G. Jenis Data Penelitian .....</b>	<b>54</b>
1. Jenis Data .....	54
2. Sumber Data.....	54
<b>H. Metode Analisis .....</b>	<b>55</b>



1. IBM SPSS Statistic 24 .....	55
2. Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS .....	56
3. Model Struktural atau Uji Hipotesis .....	57
<b>BAB IV .....</b>	<b>59</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
<b>A. Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>59</b>
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	59
<b>B. Analisis Deskriptif .....</b>	<b>61</b>
1. Karakteristik Responden .....	61
2. Deskriptif Jawaban Responden .....	66
<b>C. Metode Analisis Data PLS (<i>Partial Least Square</i>) .....</b>	<b>71</b>
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	71
2. Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	79
<b>D. Pembahasan .....</b>	<b>82</b>
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	82
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	82
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	83
<b>BAB V .....</b>	<b>84</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>84</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>84</b>
1. Bagi Perusahaan .....	84
2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

1.1. Kedai Kopi Di Jakarta.....	3
1.2. Top Brand Index Kategori Cafe.....	3
1.3. Jumlah Pengunjung Starbucks Tebet Raya .....	5
1.4. Jumlah Pendapatan Starbucks Tebet Raya .....	6
1.5. Hasil Pra Survey .....	7
1.6. Research Gap .....	8
1.7. <i>Customer Voice</i> Starbucks Tebet Raya .....	10
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu .....	38
3.1. Operasionalisasi Variabel .....	46
3.2. Instrumen Skala Likert .....	51
4.1. Jenis Kelamin .....	62
4.2. Usia .....	62
4.3. Status Perkawinan .....	63
4.4. Tingkat Pendidikan .....	64
4.5. Tingkat Pendapatan Perbulan.....	65
4.6. Intesitas Pembelian .....	66
4.7. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	67
4.8. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan .....	68
4.9. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	69
4.10. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan .....	70
4.11. Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	72
4.12. Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	74
4.13. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	76
4.14. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Modifikasi).....	77
4.15. Hasil Pengujian <i>Average Variance Esxtracted</i> .....	78
4.16. Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> .....	79
4.17. Nilai <i>R Square</i> .....	80
4.18. Nilai <i>Q<sup>2</sup> Predictive relevance</i> .....	81
4.19. Hasil Pengujian Hipotesis ( <i>Path Coeficients</i> ).....	81

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Konseptual.....	41
4.1. <i>Tumbler Day</i> Starbucks .....	60
4.2. <i>Promo Secret Recipe</i> Starbucks .....	60
4.3. Hasil <i>Algorithm PLS</i> .....	73
4.4. Hasil <i>Algorithm PLS</i> (Modifikasi).....	75
4.5. Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	82



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	90
Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....	97
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden .....	121
Lampiran 4 Deskriptif Jawaban Responden.....	124
Lampiran 5 Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	128
Lampiran 6 Hasil Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	136



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA