

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
STARBUCKS MALL GANDARIA CITY**

SKRIPSI



NAMA : CANDRA FEBY PRASETYO.

NIM : 43115010039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
STARBUCKS MALL GANDARIA CITY**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen S1 Universitas Mercubuana Jakarta**



NAMA : CANDRA FEBY PRASETYO.

NIM : 43115010039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Candra Feby Prasetyo

Nim 43115010039

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 08 September 2021



Candra Feby Prasetyo

NIM 43115010039

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Candra Feby Prasetyo
Nim : 43115010039
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Starbucks Mall Gandaria City.

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, MM.

Tanggal : 7 Juli 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal : 20 Juli 2021

Ketua Penguji



Dr. Tafiprios, MM

Tanggal : 10 Juli 2021

Ketua Program Studi
S1 Manajemen



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Tanggal : 20 Juli 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Starbucks Mall Gandaria City. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui dan pernah mengkonsumsi Produk Starbucks di Mall Gandaria City. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 95 orang responden. Metode penarikan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan perangkat statistik IBM SPSS Statistics 22. Penelitian ini membuktikan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Citra merek , Persepsi Harga , Gaya Hidup , Loyalitas Pelanggan



ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of Brand Image, Perception Price, and Lifestyle on Customer Loyalty at Starbucks Mall Gandaria City. The population in this study are consumers who have consumed Starbucks products at Gandaria City Mall. The sample used was 95 respondents, The sampling method uses nonprobability sampling method. Methods of data methods using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. Methods of data analysis using statistical tools IBM SPSS Statistics 22. This study proves that the brand image variable does not have a positive and significant effect on customer loyalty. Perception Price has a positive and significant effect on customer loyalty. Lifestyle has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords : Brand image, perception price, lifestyle, customer loyalty.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Starbucks Mall Gandaria City”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program 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 penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Dr. Yuli Harwani, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu.
6. 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 penulis kuliah.
7. Sahabat terbaik penelitian Dani Yusuf, Komarudin, Fajar sadiyono yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi dan waktu kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis 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 September 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Candra Feby Prasetyo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
2. Citra Merek.....	14
3. Persepsi Harga.....	17
4. Gaya Hidup	20
5. Loyalitas Pelanggan.....	26
B. Penelitian Terdahulu.....	28
1. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Rerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian	35
1. Waktu Penelitian	35

2. Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	36
D. Skala Pengukuran Variabel.....	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel Penelitian.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1. Metode pengumpulan data.....	40
G. Metode Analisa Data.....	41
1. Analisis Data Deskriptif.....	41
2. Uji Kualitas Data.....	42
3. Uji Asumsi Klasik.....	43
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
5. Uji Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Analisis Deskriptif.....	48
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
2. Hasil Analisis Identitas Responden.....	49
3. Hasil Analisis Deskripsi Variabel.....	53
B. Hasil Uji Kualitas Data.....	57
1. Hasil Uji Validitas.....	57
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	59
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60
1. Hasil Uji Normalitas.....	60
2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
D. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
E. Hasil Uji Hipotesis.....	66
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	66
2. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	67

F. Pembahasan Hasil Penelitian	69
1. Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	69
2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	70
3. Pengaruh Gaya Hidup (X3) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	71
G. Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif	71
1. Hasil Analisis Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.	71
2. Hasil Analisis Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.	72
3. Hasil analisis Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Konsumen.	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	75
1. Bagi perusahaan starbucks.....	76
2. Bagi penelitian selanjutnya.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman	3
1. 2	Top Brand 2019 Café/ Tempat Nongkrong.....	6
1. 3	Harga menu Cappucino di beberapa coffee shop	7
1. 4	Hasil Pra Survei.....	7
3. 1	Indikator Variabel Citra Merek	37
3. 2	Indikator Variabel Persepsi Harga.....	37
3. 3	Indikator Variabel Gaya Hidup	38
3. 4	Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan	38
3. 5	Instrumen Skala Likert	39
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	51
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
4. 5	Produk Yang Paling Banyak Digemari Oleh Responden.....	53
4. 6	Deskripsi Variabel Citra Merek.....	54
4. 7	Deskripsi Variabel Persepsi Harga	54
4. 8	Deskripsi Variabel Gaya Hidup.....	55
4. 9	Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen.....	56
4. 10	Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	57
4. 11	Hasil Uji Validitas Persepsi Harga	58
4. 12	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup.....	58
4. 13	Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen	59
4. 14	Hasil Uji Reliabilitas	60
4. 15	Hasil Uji Normalitas	62
4. 16	Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
4. 17	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	65
4. 18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2).....	67
4. 19	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2. 1	Rerangka Pemikiran	32
4. 1	Hasil Uji Normalitas Probability Plot.....	61
4. 2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	82
2	Hasil uji karakteristik responden	85
3	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	87
4	Hasil Uji Asumsi Klasik	89
5	Hasil Uji Hipotesis	91
6	Hasil Kuesioner Penelitian	92

