

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN STARBUCKS GRAND
INDONESIA JAKARTA PUSAT**

SKRIPSI

**NOVITA NURUL
2115000089**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN STARBUCKS GRAND INDONESIA
JAKARTA PUSAT**

SKRIPSI

**NOVITA NURUL
2115000089**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STARBUCKS
GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 6 Maret 2020

METERAI
TEMPEL
6412BAHF696908992
6000
ENAM RIBU RUPIAH

NOVITA NURUL
NPM 2115000089

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

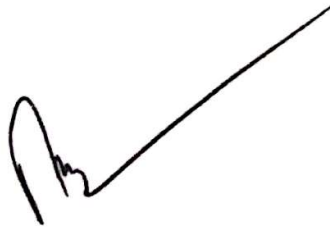
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STARBUCKS GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT

Dibuat untuk melengkapi sebagian pernyataan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Bapak. H. Agustian Burda, BSBA, MBA dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 6 Maret 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi
S-1 Manajemen



H. Agustian Burda, BSBA, MBA



Drs. Sumitro, M.Sc





HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STARBUCKS GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 6 Maret 2020 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program S-1 Manajemen)
2.  : H. Agustian Burda, BSBA, MBA
(Pembimbing)
3.  : Dr. M. Anhar, SE., M.Sc., Ak., CA
(Anggota Penguji 1)
4.  : M. Ramaditya, BBA., M.Sc
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Asslamualaikum Wr,Wb

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku dosen pembimbing dan Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ) yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak/Ibu Penguji yang terhormat yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Seluruh Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
6. Bapak Chalid Saleh dan Ibu Linda Laurens, orang tua yang telah banyak memberikan doa, motivasi, moril maupun materil kepada peneliti hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Desy Indriyani yang sudah membantu menjadi kakak angkat terbaik dan guru penulis menjelaskan semua yang kurang paham.
8. Kepada Imam Mustofa, Lia Kartika Sari, Lisa Rosa Liana, Hison Nur Ali, Ade Rohman Syah, M Kahfi Syaerozi, Wendi, Zainal Prayogi, Dina Sri Rahmawati dan Syifa Sasqia Irfane yang selalu menemani, membantu, perhatian, kasih sayang dan memberikan semangat kepada peneliti.

9. Kepada Sahabat-Sahabat peneliti sejak SMA Muhmardian Efriana F, Dini Septiyani, Bela Theresia, Fany Nur Indah A, Diah Rahayu dan Talitha Zhafira yang selalu memberikan motivasi terbaik dan doanya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan do'a dan dukungan sehingga skripsi ini terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan. Untuk itu, Peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurna skripsi ini.

Jakarta, 6 Maret 2020

NOVITA NURUL
NPM 21150000089

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Novita Nurul
NPM	: 21150000089
Program Studi	: Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti NonEksklusif (Non - exclusive Royalty- Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
STARBUCKS GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 6 Maret 2020

Yang Menyatakan

Ttd

Novita Nurul

Novita Nurul

Dosen Pembimbing:

NPK: 21150000089

H. Agustian Burda, BSBA, MBA

Program Studi S-1 Manajemen

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STARBUCKS GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Grand Indonesia Jakarta Pusat.

Populasi penelitian ini adalah pelanggan Starbucks yang sudah beberapa kali membeli di Grand Indonesia Jakarta Pusat dengan menyebarkan kuesioner. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik sensus, dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif/kuantitatif yang diukur dengan perhitungan Koefisien Determinasi (parsial dan simultan) serta pengujian hipotesis dengan SPSS 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (4) Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen

Novita Nurul

Lecturer:

NPK: 2115000089

H. Agustian Burda, BSBA, MBA

Majoring In S1 Management Program

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND
BRAND IMAGES ON CUSTOMER SATISFACTION OF STARBUCKS
GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Product Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction at Starbucks Grand Indonesia, Central Jakarta.

The target populations of this study is Starbucks customers who have bought several times at Grand Indonesia, Central Jakarta by distributing questionnaires. The sampling method uses census techniques, with a total sample of 200 respondents. The strategy used in this study is an associative / quantitative research strategy measured by the calculation of the coefficient of determination (partial and simultaneous) and hypothesis testing with SPSS 22.0.

The results showed that, (1) Service Quality partially had a significant effect on Customer Satisfaction, (2) Product Quality partially had a significant effect on Customer Satisfaction, (3) Brand Image partially had no significant effect on Customer Satisfaction, (4) Service Quality , Product Quality and Brand Image simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction.

Kata Kunci: Service Quality, Product Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTARCT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Masalah Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Review Hasil Penelitian Terlebih Dahulu.....	9
2.2. Landasan Teori	21
2.2.1. Pengertian Pemasaran	21
2.2.2. Kualitas Pelayanan.....	22
2.2.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan.....	22

2.2.3	Kualitas Produk	25
2.2.3.1	Dimensi Kualitas Produk.....	26
2.2.3.2	Standar Operasional Prosedur dari Kualitas Produk.....	27
2.2.4	Citra Merek.....	28
2.2.4.1	Tujuan Merek.....	29
2.2.4.2	Fungsi Merek.....	30
2.2.4.3	Makna dan Tipe Merek	30
2.2.4.4	Manfaat Citra Merek (Brand Image).....	33
2.2.4.5	Karakteristik Merek	34
2.2.5	Pengertian Kepuasan.....	35
2.2.5.1	Indikator Kepuasan	36
2.3.	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	36
2.4.	Pengembangan Hipotesis	39
2.5.	Kerangka Konseptual Penelitian	45
BAB III	METODA PENELITIAN.....	46
3.1.	Strategi Penelitian.....	46
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.2.1.	Populasi penelitian.....	46
3.2.2.	Sampel penelitian.....	46
3.3.	Data Dan Metode Pengumpulan Data	47
3.4.	Operasional Variabel	48
3.4.1.	Pengujian Instrumen.....	49
3.5.	Metoda Analisis Data	57
3.5.1.	Metoda Pengolahan Data.....	58
3.5.2.	Metoda Penyajian data	58
3.5.3.	Analisis Statistik Data	59
3.5.4	Uji Hipotesis.....	60
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62

1.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	62
1.2. Deskripsi Responden	64
1.3. Deskripsi Data	67
1.4. Hasil Pengujian Operasionalisasi Variabel	70
1.4.1. Uji Validitas.....	70
1.4.2. Uji Reliabilitas	73
1.5. Analisis Statistik Data	75
1.5.1. Analisis Koefisien Determinasi	75
1.5.1.1.Koefisien Determinasi Parsial.....	75
1.5.1.2. Koefisien Determinasi Berganda	78
1.5.2. Hasil Pengujian Hipotesis	79
1.6. Temuan Hasil Penelitian	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	85
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian	86
DAFTAR REFERENSI	87
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skala Likert Jawaban Kuesioner	49
Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian	49
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Usia	65
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	66
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	67
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel-Variabel Penelitian	70
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	73
Tabel 4.14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial	74
Tabel 4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda	77
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis Uji t	78
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis Uji F	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran Penelitian	6
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	45
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	68
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk (X_2)	68
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek (X_3)	69
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Konsumen (Y)	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	100
Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X_2).....	105
Lampiran 4. Tabulasi Kuesioner Variabel Citra Merek (X_3)	110
Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	115
Lampiran 6. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	120
Lampiran 7. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	122
Lampiran 8. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_3)	124
Lampiran 9. Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas & Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	126
Lampiran 10. Hasil Pengolahan Data SPSS Koefisien Determinasi Parsial dan Simultan	127
Lampiran 11. Hasil Pengolahan Data SPSS Pengujian Hipotesis (Uji t dan F)	129
Lampiran 12. Surat Keterangan Riset	130
Lampiran 13. Daftar Riwayat Hidup.....	131