

**PENGARUH KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

(Survey Pada Pelanggan Starbucks Coffee di Jogja)

TESIS



AZIZAH DWI KURNIAWATI

NIM. 241160002

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
YOGYAKARTA**

2018

**PENGARUH KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

(Survey Pada Pelanggan Starbucks Coffee di Jogja)

TESIS

**Diajukan guna memenuhi persyaratan kurikulum dalam memperoleh gelar
Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta**

Disusun Oleh :

AZIZAH DWI KURNIAWATI

NIM. 241160002

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
YOGYAKARTA
2018**

Tesis Berjudul

**PENGARUH KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

(Survey Pada Pelanggan Starbucks Coffee di Jogja)

Disusun Oleh :
AZIZAH DWI KURNIAWATI
NIM. 241160002

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 14 September 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

/Pembimbing Utama I

Dr. Dra Wisnalmawati, M.M

Pembimbing II

Penguji I

Dr. Haddy Suprpto, M.S

Penguji II

Dr. Yuni Istanto, M.Si

Dr. Dyah Sugandini, SE, M.Si

Mengetahui,

Koordinator Program Studi
Magister Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UPN Veteran Yogyakarta

Dr. Dra Wisnalmawati, M.M
NIP. 196204221990032001

Dr. Winarno, M.M
NIP. 196206211991031001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS

Yang bertanda tangan dbawah ini saya, menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

(Survey Pada Pelanggan Starbucks Coffee di Jogja)

Dan diajukan untuk diuji pada hari Jum'at tanggal 14 September 2018, adalah tesis.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak menyalin atau meniru dalam bentuk atau simbol yang menunjukkan sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik tesis yang saya ajukan sebagai hasil karya tulis saya sendiri ini. bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah pikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 14 September 2018

Yar METERAI taan

TEMPEL

933A6AFF236652983

6000
ENAM RIBURUPIAH

AZIZAH DWI KURNIAWATI

Saksi 1. Sebagai Pembimbing I

Saksi 2. Sebagai Pembimbing II


Dr. Dra Wishalmawati, M.M


Dr. Yuni Istanto, M.Si

Saksi 3. Sebagai Penguji I

Saksi 4. Sebagai Penguji II


Dr. Haddy Suprpto, M.S


Dr. Dyah Sugandini, SE, M.Si

**PENGARUH KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

(Survey Pada Pelanggan Starbucks Coffee di Jogja)

Azizah Dwi Kurniawati

niaa779@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengaruh kualitas dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (Survey pada pelanggan Starbucks Coffee di Jogja). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi dikumpulkan melalui survey dengan alat bantu kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *purposive sampling* kepada 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur atau *path analysis*. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa kualitas dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.*

***THE INFLUENCE OF QUALITY AND BRAND TRUST TOWARD CUSTOMER
LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER'S SATISFACTIONN***

(Survey on Customers of Starbucks Coffee in Jogja)

Azizah Dwi Kurniawati

Niaa779@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of quality and brand trust toward customer loyalty mediated by customer's satisfaction. This study uses a quantitative approach, where data and information are collected through surveys with questionnaires. Sampling technique in this research using Non Probability Sampling technique with type of purposive sampling to 100 respondents. Data analysis method used in this research is path analysis or path analysis. Based on the results of research and analysis that have been done, it is concluded that the result are influence of quality and brand trust positive and significant toward customer loyalty mediated by customers satisfaction.

Keywords: Quality, Brand Trust, Customer Loyalty, Customer's Satisfaction.

MOTTO

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang yang beriman.” (Q.S. Al-Imran: 139)

"Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rizki dari jalan yang tidak ia sangka-sangka, dan barang siapa yang bertawakkal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah (Bebas) melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu menurut takarannya" (Q.S. Ath-Thalaq: 2-3)

“ You can't go back and change the beginning, but you can start where you are and change the ending.”

(Azizah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Seiring doa dan rasa syukur kepada Allah SWT, atas setiap rahmat, keberkahan, kedamaian, dan kemudahan dalam menjalani dan memaknai hidup, serta rasa sayang dan perlindungan-Nya yang selalu mengiringi di setiap langkah kaki ini.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat aku sayangi dan cintai.

Bapak Surjadi dan Mama Sri Suprapti yang tak pernah lelah memberikan doa, cinta dan kasih sayang, serta kesabaran yang menjadi kekuatan dalam setiap perjalanan hidupku.

Bapak Ibu dosen pembimbing dan penguji yang sudah banyak memberikan masukan, saran dan ilmu pengetahuan kepada saya sehingga tesis ini dapat diselesaikan.

Suamiku Yuanito Yoga Pratama yang selalu memberikan support dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini. Suamiku yang selama ini setia dan sabar dalam menghadapi long distance married dikarenakan saya yang masih harus menyelesaikan studi S2 di kota Jogja. Terimakasih suamiku atas support, doa, bantuan, kesabaran dan kasih sayangmu yang kamu berikan dari awal samapai saat ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen, Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Saya menyadari dalam perjalanan masa perkuliahan sampai dengan pencapaian akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Sari Bahagiarti K, M.Sc selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
2. Dr, Winarno, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
3. Dr. Wisnalmawati, M.M selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dan selaku Pembimbing Pertama. Terima kasih sangat atas segala bimbingan, arahan, kritik, saran, nasihat, semangat, dorongan yang Ibu berikan, dan terima kasih telah meluangkan banyak waktu, serta kesabaran yang tak terbatas dalam membimbing saya selama masa pembuatan dan penyelesaian tesis.
4. Dr. Yuni Istanto, M.Si selaku Dosen Pembimbing Kedua. Terima kasih atas bimbingan, arahan, kritik, saran, nasihat, serta semangat yang Bapak berikan.

5. Dr. Haddy Suprpto, M.S dan Dr. Dyah Sugandini,SE, M.Si selaku Dosen Penguji. Terima kasih atas segala arahan, kritik dan saran, serta nasihat, semangat, dan wejangan terbaik guna menjadi pribadi yang lebih baik.
6. Terima kasih kepada seluruh dosen yang turut serta membimbing pada masa perkuliahan hingga sampai pada masa pembuatan dan penyelesaian skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua dan keluarga besar, serta semua teman yang tiada henti memberikan dukungan, doa, dan perhatian, semoga tesis ini bisa memberikan kebahagiaan dan kebanggaan untuk kalian.
8. Terima kasih untuk seluruh pihak yang mohon maaf jika tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan berkah-Nya kepada semua pihak yang membantu. Saya menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan perkembangan ilmu di kemudian hari.

Yogyakarta, 14 September 2018

Azizah Dwi Kurniawati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori.....	13
1. Kualitas.....	13
2. Kepercayaan Merek.....	19
3. Kepuasan Pelanggan.....	23
4. Loyalitas Pelanggan.....	26
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Hubungan Antar Variabel.....	38

D. Kerangka Pemikiran.....	48
E. Hipotesis.....	49
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian.....	51
B. Populasi.....	52
C. Sampel dan Teknik Sampeling.....	52
D. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	54
E. Jenis Data Penelitian.....	55
F. Prosedur Pengambilan Data.....	55
G. Definisi Oprasional.....	57
H. Uji Instrumen Penelitian.....	61
I. Teknik Analisis Data.....	67
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif.....	70
B. Analisis Kuantitatif.....	82
C. Uji Hipotesis.....	93
D. Pembahasan.....	98
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	111
 DAFTAR PUSTAKA.....	114

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Pedoman Interval Nilai Rata-rata Variabel.....	57
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	60
Tabel 3.3 Uji Validitas Instrumen Convergent Validity.....	63
Tabel 3.4 Uji Validitas Instrumen Discriminant Validity.....	65
Tabel 3.5 Uji Validitas Instrumen AVE.....	66
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2 Usia Responden.....	71
Tabel 4.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.4 Kategori Variabel.....	74
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	75
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	77
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas.....	79
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek.....	81
Tabel 4.9 <i>Convergen Validity (outher loading)</i>	84
Tabel 4.10 <i>Cross Loading (discriminant Validity)</i>	86
Tabel 4.11 <i>Average Varience Extracted (AVE)</i>	87
Tabel 4.12 <i>Composite Reliability</i>	88
Tabel 4.13 Pelaporan hasil <i>Inner Model</i> (Uji Pengaruh atau hipotesa).....	89
Tabel 4.14 <i>Indirect Effet</i> (Hubungan tidak langsung).....	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	48
Gambar 4.1 Hasil PLS Algoritm.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 2. Uji Coba 30 Responden.....	124
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Penelitian (Outer Loading).....	126
Lampiran 4. Data Penelitian 100 Responden.....	128
Lampiran 5. Data Karakteristik Responden	133
Lampiran 6. Deskripsi Karakteristik Responden.....	137
Lampiran 6. Gambar Bootstrapping.....	139
Lampiran 7. Gambar PLS Algorithm.....	140
Lampiran 8. Tabel Path Analysis.....	141
Lampiran 9. Tabel R.....	141
Lampiran 10. Indirect Effect.....	142