

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MINUMAN KOPI
(Studi Kasus Pada *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh :
RANIA ANDARINI PUTRI
NPM : 19024010134

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MINUMAN KOPI
(Studi Kasus Pada *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh :
RANIA ANDARINI PUTRI
NPM : 19024010134

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MINUMAN KOPI
(Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Citraland Surabaya)**

Oleh :

RANIA ANDARINI PUTRI

NPM : 19024010134

Telah diterima pada tanggal

12 Juli 2023

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Dr. Dona Wahyuning Laily, SP, MP
NIP. 19570531 198503 1001

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MINUMAN KOPI
(Studi Kasus Pada *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya)**


Oleh :

RANIA ANDARINI PUTRI
NPM : 19024010134


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Hari Rabu tanggal 12 Juli 2023

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP
NIP. 19570531 198503 1001

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul : ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MINUMAN KOPI (Studi Kasus Pada *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya). menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 12 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Rania Andarini Putri
NPM. 19024010134

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Minuman Kopi (Studi Kasus Pada *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya)”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa semua keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari rahmat, karunia serta pertolongan Allah SWT tak luput juga bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam kepada Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP selaku dosen pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, masukan, motivasi, dan meluangkan waktu serta tenaganya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran untuk membimbing. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Mubarakah, MT. dan Dita Atasa, SP., MP selaku Dosen Penguji Skripsi penulis.
5. Ir. Sri Widayanti, MP selaku Dosen Wali yang senantiasa memotivasi, membimbing serta memberikan pengarahan dengan penuh kesabaran sehingga penulis bisa bersemangat mengukur prestasi selama di kampus.
6. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
7. Orang tua dan Keluarga yang telah memberikan dukungan do’a, semangat, motivasi dan sayang yang tak terhingga kepada penulis.
8. Kepada Pihak tempat penelitian yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian.
9. Seluruh teman-teman di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur khususnya teman-teman satu angkatan 2019 Agribisnis.
10. Sahabat-sahabat saya Ocha, Salma, Feby, Yolanda, Kadek, Zhella, Iftitan, Finna, Sofia, Poppy, Salfa dan Savira yang selalu menyemangati dan memberi dukungan penulis selama pengerjaan skripsi, serta semua pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya

membangun dari semua pihak guna kesempurnaan Skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semua laporan ini dapat memberikan sesuatu yang berguna bagi penulis pada khususnya, serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, 05 Juni 2023

Penulis

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MINUMAN KOPI
(STUDI KASUS PADA STARBUCKS COFFEE CITRALAND SURABAYA)**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, AND
BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY TO COFFEE DRINKS
(CASE STUDY ON STARBUCKS COFFEE CITRALAND SURABAYA)**

Rania Andarini Putri, Nuriah Yulianti, Dona Wahyuning Laily

ABSTRAK

Konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan dalam sepuluh tahun terakhir. Di wilayah perkotaan mengonsumsi kopi menjadi salah satu gaya hidup yang baru. Banyaknya kedai kopi yang tumbuh dan berkembang yang juga menyediakan produk dengan layanan yang serupa. Penelitian ini menganalisis karakteristik konsumen minuman kopi *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya dan menganalisis pengaruh harga, promosi dan *brand image* terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini dilakukan di *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya. Teknik pengambilan sampel adalah “*purposive sampling*” dengan jumlah konsumen minuman kopi *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya sebanyak 90 orang. Kriteria sampel adalah konsumen minuman kopi *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya yang melakukan pembelian minimal tiga kali. Metode analisis menggunakan SEM-PLS dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, promosi, dan *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* minuman kopi *Starbucks Coffee* Citraland Surabaya.

Kata Kunci : harga, promosi, *brand image*, *customer loyalty*, kedai kopi

ABSTRACT

Coffee consumption in Indonesia has increased in the last ten years. In urban areas consuming coffee is a new lifestyle. Many coffee shops have grown and developed that also provide products with similar services. This study analyzes the characteristics of consumers of Starbucks Coffee Citraland Surabaya coffee drinks and analyzes the effect of price, promotion and brand image on customer loyalty. This research was conducted in Starbucks Coffee Citraland. The sampling technique was "purposive sampling" with a total of 90 consumers of coffee drinks Starbucks Coffee Citraland. The sample criteria are consumers of Starbucks Coffee Citraland Surabaya coffee drinks who make purchases at least 3 times. The analytical method uses SEM-PLS with the help of the SmartPLS version 4 application. The results of this study indicate that price, promotion and brand image have a positive effect on customer loyalty for coffee drinks Starbucks Coffee Citraland.

Key words : price, promotion, brand image, customer loyalty, coffee shop

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|-------------------------------------|---------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5 Batasan Masalah | 9 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| 2.2 Landasan Teori | 18 |
| 2.2.1 Harga..... | 18 |
| 2.2.2 Promosi..... | 21 |
| 2.2.3 <i>Brand Image</i> | 23 |
| 2.2.4 <i>Customer Loyalty</i> | 25 |
| 2.2.5 Hubungan Antar Variabel | 28 |
| 2.3 Kerangka Penelitian | 29 |

| | |
|--|----|
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 32 |
| III. METODE PENELITIAN | 33 |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian | 33 |
| 3.2 Metode Penentuan Lokasi | 33 |
| 3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel | 33 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 34 |
| 3.4.1 Data primer | 34 |
| 3.4.2 Data sekunder | 35 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 35 |
| 3.5.1 Analisis Deskriptif | 36 |
| 3.5.2 Analisis SEM-PLS | 36 |
| 3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 41 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 44 |
| 4.1.1 Misi, Nilai-nilai, dan Komitmen Layanan Starbucks | 44 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi <i>Starbucks</i> Citraland | 46 |
| 4.1.3 Operasional <i>Starbucks Coffee</i> Citraland Surabaya | 47 |
| 4.1.4 Produk <i>Starbucks Coffee</i> | 48 |
| 4.2 Identifikasi Karakteristik Responden | 50 |
| 4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| 4.2.2 Responden Berdasarkan Usia | 51 |
| 4.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 52 |
| 4.2.4 Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan | 54 |
| 4.2.5 Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan | 55 |
| 4.3 Pengaruh Antar Variabel | 56 |

| | |
|--|----|
| 4.3.1 Analisa <i>Outer Model</i> | 57 |
| 4.3.2 Analisa <i>Inner Model</i> | 61 |
| 4.3.4 Pengaruh Harga (X1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) | 62 |
| 4.4.2 Pengaruh Promosi (X2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)..... | 64 |
| 4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X3) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)..... | 66 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 69 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 69 |
| 5.2 Saran | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | 71 |
| LAMPIRAN..... | 75 |

DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1. 1 | Konsumsi Kopi Indonesia Per Kapita (2010-2020)..... | 1 |
| 1. 2 | Merek Kedai Kopi di Surabaya Berdasarkan Jumlah Outlet | 3 |
| 1. 3 | Harga Minuman Kopi Excelso, Starbucks, dan Djournal Coffee . | 4 |
| 1. 4 | Performa Merek Starbucks 2018-2022 | 6 |
| 3. 1 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 42 |
| 3. 2 | Skala Likert | 43 |
| 4. 1 | Macam Produk Starbucks Coffee Citraland Surabaya..... | 49 |
| 4. 2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| 4. 3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 51 |
| 4. 4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 52 |
| 4. 5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan | 54 |
| 4. 6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan | 55 |
| 4. 7 | Hasil Uji Validitas Variabel..... | 58 |
| 4. 8 | Nilai Average Variance Extracted | 59 |
| 4. 9 | Hasil Uji Reabilitas Variabel | 60 |
| 4. 10 | Nilai R-Square..... | 61 |
| 4. 11 | Nilai Path Coefficient..... | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 2. 1 | Kerangka Pemikiran..... | 31 |
| 3. 1 | Diagram Jalur Penelitian..... | 37 |
| 4. 1 | Struktur Organisasi Kedai <i>Starbucks Coffee</i> Citraland..... | 46 |
| 4. 2 | Model Struktural SEM-PLS..... | 56 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1. | Kuesioner Penelitian | 75 |
| 2. | Uji Convergent Validity | 82 |
| 3. | Nilai Nilai Average Variance Extracted dan Uji Reabilitas Variabel | 82 |
| 4. | R-Square..... | 82 |
| 5. | Nilai Path Coefficient..... | 83 |
| 6. | Tabulasi Data Hasil Kuesioner..... | 84 |