

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN LOKASI TERHADAP
MINAT BELI ULANG *COFFEE SHOP* JOKOPI DINOYO
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**DANI RACHMAT CIPTO ADI
19012010280/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2023**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN LOKASI TERHADAP
MINAT BELI ULANG *COFFEE SHOP* JOKOPI DINOYO
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**DANI RACHMAT CIPTO ADI
19012010280/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN LOKASI TERHADAP

COFFEE SHOP JOKOPI DINOYO SURABAYA

Disusun Oleh :

DANI RACHMAT CIPTO ADI

19012010280/ FEB/ EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 28 Juli 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Dosen Pembimbing

Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si
NIP.196508141991032001

Ugy Soebiantoro S.E., MM.
NIP.196708182021211001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si,CRP
NIP. 196304201991032001

09 AUG 13

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dani Rachmat Cipto Adi
NPM : 19012010280
Fakultas/ Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang *Coffee Shop* Jokopi Dinoyo Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil Karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apa pun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 28 Juli 2023

Yang Menyatakan



Dani Rachmat Cipto Adi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang *Coffee-Shop* Jokopi Dinoyo Surabaya” dengan baik. Penulisan usulan penelitian ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan kurikulum pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dalam agar mendapatkan gelar sebagai Sarjana Manajemen.

Keberhasilan penyusunan usulan penelitian ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak, maka dari itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar dan telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan,

arahan, saran, petunjuk dan perhatiannya hingga penulisan penelitian ini dapat terselesaikan.

5. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa yang tidak pernah putus, selalu memberikan kasih sayang, perhatian, moril dan materil serta segala upaya yang tidak ternilai harganya demi keberhasilan penulis.
6. Teman-teman “CAMEN” yaitu Alan, Bima, Araf, Patria, Danang, Roy, Shofy, Eca, Ignatia, Fefe, Vinka yang selalu mendukung penulis sejak SMP hingga saat ini.
7. Alertyano Gilang Garut, Sherlina Aliefianti Widargo, Aulia Afra Destrina selaku sahabat penulis dari semester satu yang tetap bersama menemani penulis serta selalu memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karenanya penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Semoga penyusunan skripsi ini dapat menjadi pembelajaran dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan sebagai sumber pengetahuan.

Surabaya, 15 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GRAFIK.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.1.2 Minat Beli Ulang Konsumen (<i>Re-buying Interest of Consumers</i>).....	18
2.1.2.1 Definisi Minat Beli Ulang	18
2.1.2.2 Indikator Minat Beli Ulang.....	20
2.1.3 <i>Brand Image</i>	21
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	21
2.1.3.2 Pengukuran Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	22
2.1.3.3 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	24
2.1.3.4 Indikator <i>Brand Image</i>	25
2.1.4 Lokasi (<i>Location</i>)	26
2.1.4.1 Pengertian Lokasi	26
2.1.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi	27
2.1.4.3 Indikator Lokasi	28

2.2	Hubungan Antar Variabel.....	29
2.2.1	Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Ulang	29
2.2.2	Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli Ulang	30
2.3	Kerangka Konseptual	32
2.4	Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1	Variabel Bebas (X).....	34
3.1.1.1	Brand Image (X1).....	34
3.1.1.2	Lokasi (X1)	35
3.1.2	Variabel Terikat (Y)	36
3.1.2.1	Minat Beli Ulang (Y).....	36
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1	Jenis Data	38
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	38
3.3.3	Uji Validitas dan Realibilitas.....	39
3.3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	40
3.4	Asumsi Sampel.....	51
3.5	Ukuran Sampel (<i>Sample Size</i>)	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1	Profil Perusahaan PT Jokopi Indonesia Group	52
4.2	Deskriptif hasil penelitian.....	53
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden.....	53
4.2.2	Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	55
4.2.3	Deskriptif variabel Lokasi	56
4.2.4	Deskriptif variabel Minat Beli Ulang	57
4.3	Analisa dan pengujian Hipotesis	59

4.3.1	Evaluasi <i>Outlier</i>	59
4.3.2	Analisa Model PLS	61
4.3.3	Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator)	62
4.3.4	Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	67
4.3.5	Pengujian Hipotesis	69
4.4	Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Penjualan Jokopi Dinoyo Surabaya 2018-2022	8
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Unggahan Jokowi di Instagram	6
--	---

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	54
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Variabel Brand Image	55
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Variabel Lokasi	56
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Variabel Minat Beli Ulang.....	57
Tabel 4. 6 Uji Outlier	60
Tabel 4. 7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)	62
Tabel 4. 8 Cross Loading	64
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted	65
Tabel 4. 10 Composite Reliability	66
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlations.....	66
Tabel 4. 12 R-Square.....	68
Tabel 4. 13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	69

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN LOKASI TERHADAP MINAT
BELI ULANG *COFFEE SHOP* JOKOPI DINOYO SURABAYA**

(Studi Pada Konsumen *Coffee Shop* Jokopi Dinoyo Surabaya)

**DANI RACHMAT CIPTO ADI
19012010280/FEB/EM**

Abstrak

Di zaman sekarang, Kota Surabaya mempunyai banyak sekali kedai *coffee shop* yang memiliki konsep kekinian. Kedai kopi di Indonesia di kota Surabaya sudah menjadi *life style* bagi masyarakat, Dalam penelitian ini membahas tentang *coffee shop* Jokopi di Kota Surabaya. Suatu *brand* dapat dikatakan menarik apabila produk memiliki inovasi cara menawarkan suatu produk yang dimiliki serta memiliki kemampuan dalam memberi promosi. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen yang terdiri dari *brand image* (X1) dan lokasi (X2), serta variabel dependen yaitu minat beli ulang (Y). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dan melakukan pengambilan data dengan mengumpulkan informasi antara jurnal, artikel dan sumber-sumber tertulis lain baik cetak maupun elektronik. Teknik analisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS). *Brand Image* memberikan kontribusi terhadap minat beli ulang yang dimiliki oleh Jokopi. Akses menuju lokasi *coffee shop* sangat berpengaruh terhadap minat beli ulang hal ini dibuktikan dengan lokasi yang strategis, Berdasarkan penelitian *Brand Image coffee shop* Jokopi sudah bagus. Oleh karena itu peneliti memberikan saran agar Jokopi lebih sering melakukan promosi atau *branding* melalui sosial media agar *brand* dari Jokopi dapat tertanam di benak konsumen, dan juga perusahaan Jokopi diharapkan untuk lebih terus berinovasi kreatif dan modern dalam meningkatkan *brand image*.

***Kata Kunci:* Brand Image; Caffe Shop; Jokopi Dinoyo; Minat Beli Ulang.**