

**PENGARUH EKUITAS MEREK , SUASANA *COFFE SHOP* DAN  
PRESEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI  
LOODST *COFFEE SHOP* TULUNGAGUNG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**ROMADYAN NUGROHO**

**1612010050 / FEB / EM**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SURABAYA  
2021**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH EKUITAS MEREK, SUASANA *COFFEE SHOP***  
**DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP**  
**LOYALITAS PELANGGAN *LOODST COFFEE SHOP* TULUNGAGUNG**

Disusun Oleh :

**ROMADYAN NUGROHO**  
**1612010050/FEB/EM**

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Pada tanggal : 30 April 2021

Pembimbing Utama

**Drs. Ec. Supriyono M.M**  
**NIP. 196106261988031001**

Koordinator Program Studi  
Manajemen

**Sulastrir Irbayuni, S.E.MM**  
**NIP. 196206161989032001**

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



**Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT**  
**NIP. 19590828 199003 1001**

08 JUN 2021

**USULAN PENELITIAN**

**PENGARUH EKUITAS MEREK , SUASANA COFFE SHOP DAN  
PRESEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI  
LOODST COFFE SHOP TULUNGAGUNG**

Yang diajukan:

**ROMADYAN NUGROHO**  
**1612010050 / FEB / EM**

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

**PEMBIMBING UTAMA**



**DRS. EC. SUPRIYONO, MM.**  
**NIP. 196106261988031001**

Tanggal: 03/12/20 .....

Mengetahui,

**KOORDINATOR PROGRAM  
STUDI**



**Sulastrir Irbayuni, SE., MM.**  
**NIP. 196206161989032001**

**SKRIPSI**

**PENGARUH EKUITAS MEREK, SUASANA COFFEE SHOP DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LOODST COFFEE SHOP  
TULUNGAGUNG**

Yang diajukan

**Romadyan Nugroho**  
**1612010050/FEB/EM**

Tercian diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh :

Pembimbing Utama

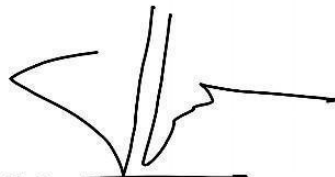


**Drs. E. Sunriyana M.M.**  
**NIP 196106261988031001**

Tanggal ... 20 April 2021

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



**Sriastuti Irbayuni, S.E. M.M.**  
**NIP. 196206161989032001**

**SKRIPSI**

**PENGARUH EKUITAS MEREK , SUASANA *COFFEE SHOP* DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *LOODST COFFEE SHOP*  
TULUNGAGUNG**

Yang diajukan

**Romadyan Nugroho**

**1612010050/FEB/EM**

Telah disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing Utama



**Drs. Ec. Suprivono.M.M**  
**NIP 196106261988031001**

Tanggal : .....  
**14-04-2021**

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Univesitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur



**Dr. Eko Purwanto, SE. M.SI**  
**NIP 195903291987031001**

PENGARUH EKUITAS MEREK , SUASANA COFFEE SHOP ,DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LOODST  
COFFEE SHOP TULUNGAGUNG

ROMADYAN NUGROHO  
NPM.1612010050

Abstraksi

Gaya hidup , mobilitas serta budaya masyarakat Indonesia mulai mengalami perubahan masyarakat Indonesia mulai memperhatikan kebutuhan penunjang seperti mengunjungi tempat hiburan , bersosialisasi bersama teman , atau mendatangi kedai kopi favorit.Loodst coffee shop merupakan salah satu coffee shop yang mereknya telah familiar di kalangan masyarakat Tulungagung.Harga yang diberikan sangatlah kompetitif dengan suasana tempat yang modern sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ekuitas Merek,Susana Coffee Shop,dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Loodst Coffee Shop Tulungagung. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Loodst Coffee Shop dan sampel yang digunakan sebanyak 95 responden.Metode pengambilan sample menggunakan purposive sampling,yaitu sample yang dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan peneliti. Sedangkan teknik pengolahan data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Suasana Coffee Shop berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Persepsi Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata Kunci : Ekuitas Merek,Suasana Coffe Shop,Persepsi Harga,Loyalitas Pelanggan**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Ekuitas Merek , Suasana *Coffe Shop* dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Loodst *Coffe Shop* Tulungagung”** dengan baik. Penyusunan ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis pada Progam Studi Manajemen. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., Selaku Rektor UPN JawaTimur yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Jawa Timur.
3. DRA. Sulastri Irbayuni, SE, MM, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Jawa Timur.
4. DRS. EC. Supriyono, MM., selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah memberikan bimbingan dan motivasi terhadap mahasiswa.
5. Kedua orang tua dan keluarga serta teman-teman seperjuangan yang telah memberikan banyak bantuan membantu menyelesaikan Skripsi ini.

Didasari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran–saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Surabaya, Juli 2020

ROMADYAN NUGROHO

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.2 Manajemen Pemasaran .....	14
2.2.3 Macam-macam Konsep Pemasaran .....	15
2.2.4 Merek.....	17
2.2.5 Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....	19
2251 Pengertian Ekuitas Merek.....	19
2252 Indikator Ekuitas Merek .....	20
2.2.6 Suasana Toko ( <i>Atmosphere</i> ) .....	22
2261 Pengertian Suasana .....	22
2262 Elemen Suasana Toko.....	23
2263 Indikator Suasana .....	34
2.2.7 Persepsi Harga .....	35
2271 Pengertian Persepsi Harga.....	35
2272 Penetapan Harga .....	37
2273 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	37
2274 Indikator Persepsi Harga.....	38
2.2.8 Loyalitas Pelanggan .....	39



2281	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	39
2282	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	40
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	41
2.3.1	Hubungan Antara Variabel Ekuitas Merek dengan Loyalitas Pelanggan.....	40
2.3.2	Hubungan Antara Variabel Suasana dengan Loyalitas Pelanggan.....	41
2.3.3	Hubungan Antara Variabel Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	42
2.4	Kerangka Konseptual.....	44
2.5	Hipotesis.....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.1.1	Variabel Independen.....	45
3.1.2	Variabel Dipenden.....	49
3.1.3	Pengukuran Variabel.....	50
3.2	Teknik Penentuan Sampel.....	51
3.2.1	Populasi.....	51
3.2.2	Sampel.....	51
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.3.1	Jenis Data.....	52
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.3.3	Sumber Data.....	53
3.4	Uji Validitas dan Rabilitas.....	53
3.5	Teknik Analisa dan Uji Hipotesis.....	54
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	54
3.5.2	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> ( PLS ).....	56
3.5.3	Penduga <i>Partial Least Square</i> ( PLS ).....	57
3.5.4	Evaluasi <i>Partial Least Square</i> ( PLS ).....	57
3.5.5	Langkah-langkah PLS.....	58
3.5.6	Asumsi PLS.....	63

3.5.7 Ukuran Sampel .....	63
3.6 Model Kerangka Pikiran .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	65
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	65
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	66
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	67
4.2.4 Deskripsi Hasil Variabel Ekuitas Merek.....	67
4.2.5 Deskripsi Hasil Variabel Suasana Coffee Shop .....	69
4.2.6 Deskripsi hasil Variabel Persepsi Harga.....	72
4.2.7 Deskripsi Hasil Variabel Loyalitas Pelanggan.....	73
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data .....	74
4.3.1 Evaluasi Outliner.....	74
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....	76
4.3.2.1 Pengujian Model Pengukuran ( Outer Model ) .....	76
4.3.2.2 Analisis Model PLS .....	83
4.3.2.3 Pengujian Model Struktural ( Inner Model ).....	83
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis .....	85
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	86
4.4.1 Pengaruh Ekuitas Merek ( X1 ) Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Y ).....	87
4.4.2 Pengaruh Suasana Coffee Shop ( X2 ) Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Y ).....	88
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga ( X3 ) Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Y ).....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran.....	91
Daftar Pustaka .....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan Loodst Coffe Shop .....	7
Tabel 3.1 Penilaian Skor Pada Kuesioner.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Mengenai Ekuitas Merek (X1) .....	68
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Suasana Coffee Shop (X2) .....	69
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Presepsi Harga (X3).....	72
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Respionden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Y) .....	74
Tabel 4.8 Uji Outlier .....	75
Tabel 4.9 Path Coefficients (Mean,STDEV,T-Values) Dimensi dengan Variabel .....	76
Tabel 4.10 Outer Loading (Mean,STDEV,T-Values).....	77
Tabel 4.11 Cross Loading .....	79
Tabel 4.12 Average Varience Extracted (AVE).....	80
Tabel 4.13 Composite Reliability.....	81
Tabel 4.14 Latent Variabel Correlation.....	82
Tabel 4.15 R-Square.....	84
Tabel 4.16 Path Coefficient ( Mean,STDEV,T-Values) .....	85

## **Daftar Gambar**

Gambar 1.1 Data konsumsi Kopi Nasional Tahun 2016-2021 .....	3
Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	44
Gambar 3.1 Langkah-langkah Analisis PLS.....	59
Gambar 4.1 Outer Model .....	83