

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS  
PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DI STARBUCKS MERR SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

KINANTI ALMASKA ZAHRA  
NPM : 20024010136

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI STARBUCKS MERR SURABAYA**

Oleh :


**KINANTIALMASKA ZAHRA**  
20024010136


Telah diterima pada tanggal  
September 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping


Pembimbing Utama

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.**  
NIP. 19620712 199103 2001

  
**Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarmo, MM.**  
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP**  
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS  
PRODUK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DI STARBUCKS MERR SURABAYA**

Oleh :

**KINANTI ALMASKA ZAHRA**  
20024010136

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian


Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada September 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.**  
NIP. 19620712 199103 2001


  
**Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarmo, MM.**  
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi

  
**Dr. Ir. Wanti Mindari, MP.**  
NIP. 19620712 199103 2001

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.**  
NIP. 19620712 199103 2001

## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang - undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan PERMENDIKNAS Nomor 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme.

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul :

**“Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Starbucks Merr Surabaya”**

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiaris. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surabaya, 19 September 2024

Yang membuat Pernyataan,



Kinanti Almaska Zahra  
20024010136

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah-NYA sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Starbucks Merr” Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pertanian pada program Strata-1 di jurusan Agribisnis, Universitas Pembangunan nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku dosen pembimbing utama skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan kritik, saran, motivasi dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan semua proses yang ada dalam pengerjaan skripsi. Serta tak lupa, dosen pembimbing pendamping Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. yang telah memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan semua proses yang ada dalam pengerjaan skripsi. Selanjutnya, ucapan terima kasih kepada beberapa pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian penulisan skripsi, yakni :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Agribisnis UPN Veteran Jawa Timur.

3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku koordinator Program Studi Agribisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Segenap dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan semangat serta dukungan baik secara moril maupun materil, doa, dan kasih sayang yang tak terhingga selama pelaksanaan pelaksanaan penyusunan skripsi.
6. Pihak Starbucks Merr yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
7. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat serta membantu selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bila dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, besar harapan penulis akan kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat menjadi lebih baik lagi.

Surabaya, September 2024

Penulis

**PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK,  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI  
STARBUCKS MERR**

IMPACT OF BRAND EQUITY, SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY, AND  
CUSTOMER SATISFACTION TO CUSTOMER LOYALTY AT COFFEE SHOP  
STARBUCKS MERR SURABAYA

**Kinanti Almaska Zahra, Sri Tjondro Winarno, Nuriah Yuliati**

**ABSTRAK**

Semakin meningkatnya konsumsi dan gaya hidup yang menjadikan kopi menjadi salah satu *trendsetter* bagi masyarakat dan membuat persaingan antar *coffee shop* semakin pesat. Para wirausaha dituntut untuk menciptakan inovasi baru untuk menarik minat pelanggan dalam membeli. Ekuitas merek, kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi loyalitas pelanggan dalam membeli minuman kopi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekuitas merek, kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di *coffee shop* Starbucks. Data hasil penelitian diolah dengan metode SEM-PLS menggunakan bantuan *Soft Ware WarpPLS 7.0*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara dengan sampel sebanyak 95 responden yang diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merek, kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berhubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, *Coffee Shop*

**ABSTRACT**

*Increasing consumption and lifestyle make coffee one of the trendsetters in society and accelerate competition between coffee shops. The entrepreneurs are charged with creating new innovations to attract customers' interest in buying. Brand equity, service quality, product quality, and customer satisfaction are among the factors that potentially influence customer loyalty when purchasing coffee drinks. The study aims to analyze the impact of brand equity, quality of service, product qualities, and customer satisfaction on customer loyalty at Starbucks coffee shop in Surabaya. The research data were processed using the SEM-PLS method using WarpPLS 7.0 Soft Ware. Primary data were collected through questionnaires and interviews with a sample of 95 respondents taken using accidental sampling technique. Research results show that brand equity, service quality, product quality, and customer satisfaction are positively and significantly linked to customer loyalty.*

*Keywords: Brand Equity, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Coffee Shop*

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Pemasaran.....	17
2.2.2 Ekuitas Merek .....	20
2.2.3 Kualitas Layanan.....	23
2.2.4 Kepuasan Pelanggan .....	26
2.2.5 Loyalitas pelanggan.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran .....	32



2.4 Hipotesis .....	35
III. METODE PENELITIAN .....	36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	36
3.2 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel.....	36
3.3 Pengumpulan Data .....	38
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	39
3.5 Analisis Data .....	43
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	56
4.2 Gambaran Umum Responden .....	56
4.3 Model Pengukuran .....	59
4.4 Model Struktural.....	65
4.5 Uji Hipotesis.....	67
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN .....	84

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Data Konsumsi Kopi di Indonesia 2017-2023 .....	1
1.2	Data Top Brand Index .....	4
3.1	Aturan Praktis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	51
3.2	Model <i>Fit and Quality Indices</i> .....	53
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	57
4.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	58
4.4	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan .....	59
4.5	Hasil <i>Output Combined Loading</i> dan <i>Cross Loading</i> .....	60
4.6	Niali <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	61
4.7	Nilai Loading Konstruk Laten Ke Indikatornya .....	62
4.8	Niali Akar <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	63
4.9	Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	63
4.10	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	64
4.11	Koefisien Determinasi .....	65
4.12	<i>Q-Square</i> .....	65
4.13	Model <i>Fit</i> Indeks .....	66
4.14	Hasil Uji Hipotesis .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Pertumbuhan <i>coffee shop</i> di Surabaya dari tahun 2017-2020.....	2
2.1	Konsep Pemasaran .....	19
2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	34
3.1	Model Penelitian .....	46
3.2	Indikator Variabel Ekuitas Merek.....	47
3.3	Indikator Variabel Kualitas Layanan .....	47
3.4	Indikator Variabel Kualitas Produk .....	48
3.5	Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan.....	48
3.6	Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan.....	49
3.7	Hubungan Ekuitas Merek, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	49
4.1	Logo <i>Coffee Shop</i> Starbucks .....	55
4.2	Diagram Jalur Penelitian .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	83
2.	<i>Indicator loadings dan cross loading</i> .....	90
3.	<i>Latent variabel coefficient</i> .....	91
4.	<i>Path coefficient dan P-Value</i> .....	91
5.	Model <i>fit</i> .....	91
6.	Hasil model penelitian .....	92
7.	<i>Correlaction among square roots AVE</i> .....	92
8.	Menu Starbucks .....	93
9.	Suasana Starbucks Merr.....	93
10.	Responden Penelitian .....	94
11.	Tabulasi Data .....	95