

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat yang diberikan oleh-Nya serta penyertaan-Nya sehingga tugas akhir saya Steven Phan selaku peneliti yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KETERLIBATAN PRODUK, ATMOSFER, WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PADA STARBUCKS *DRIVE THRU* HAYAM WURUK, JAKARTA PUSAT”** dapat terselesaikan. Dengan dilaksanakannya penelitian ini, dapat terselesaikan tugas akhir skripsi yang merupakan syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi strata satu di Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Saya mengucapkan terima kasih kepada Pak Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M selaku pembimbing saya dalam skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu serta tenaga untuk memberi arahan, masukan, kritik, serta dukungan terhadap proses pengerjaan skripsi saya hingga selesai. Dukungan moral dan material banyak saya peroleh dari berbagai pihak selama proses pembuatan tugas akhir ini. Maka dari itu, penelitian ini mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M. selaku ketua program studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M. selaku ketua konsentrasi marketing di Universitas Pelita Harapan.
4. Kepada para dosen, staff administrasi dan staf pengajar di Universitas Pelita Harapan yang telah dalam memberikan insight, wawasan, pengalaman terdahulu, serta rekomendasi.
5. Bapak Dr. Drs. John Tampil Purba, M.M Selaku pembimbing tugas akhir saya yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran.
6. Ibu Sandra Sembel selaku pembimbing akademis saya yang juga meluangkan waktu serta membagikan opini terhadap skripsi saya.
7. Papa saya Phan Jong dan Mama saya Ferida Taufik yang telah memberikan dukungan moral serta opini.

8. Kakak saya Andy Phan, Gracia Nataliarudi serta rekan kerja mereka Michael dari Brownpuck Coffee yang telah membantu saya serta menginspirasi saya untuk meneliti kedai kopi.
9. Kepada teman-teman saya Michael Rusiviro Jacob, Hezekiah Andersen Yang, Michelle S., Bryan Sulistiyo, Fitri, Cindy P., Kevin Kamal, Jeremy Owen, Natasha Gracia, dan lainnya yang telah mendukung saya serta membantu saya menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepompong – Wilsen W., Natasha, Reynaldi, Michelle N., Fanuel, Elbert F. yang telah mendukung dalam pengerjaan tugas akhir ini.
11. Kepada Johannes Oentoro Library yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk mencari, meminjam buku, serta mereferensikan buku-buku yang saya butuhkan untuk tugas akhir ini.
12. Setiap dari kalian yang telah mendukung saya untuk menyelesaikan tugas akhir saya ini.

Karena penelitian ini masih memiliki kekurangan, saya selaku peneliti terbuka terhadap kritik serta masukan yang objektif serta bersifat konstruktif. Kritik serta masukan dapat menjadi wawasan serta pengetahuan baru yang bermanfaat bagi penelitian ini. Saya selaku peneliti mengucapkan terima kasih atas perhatian yang saudara berikan. Saya berharap tugas akhir ini bermanfaat bagi saudara yang membaca.

DAFTAR ISI

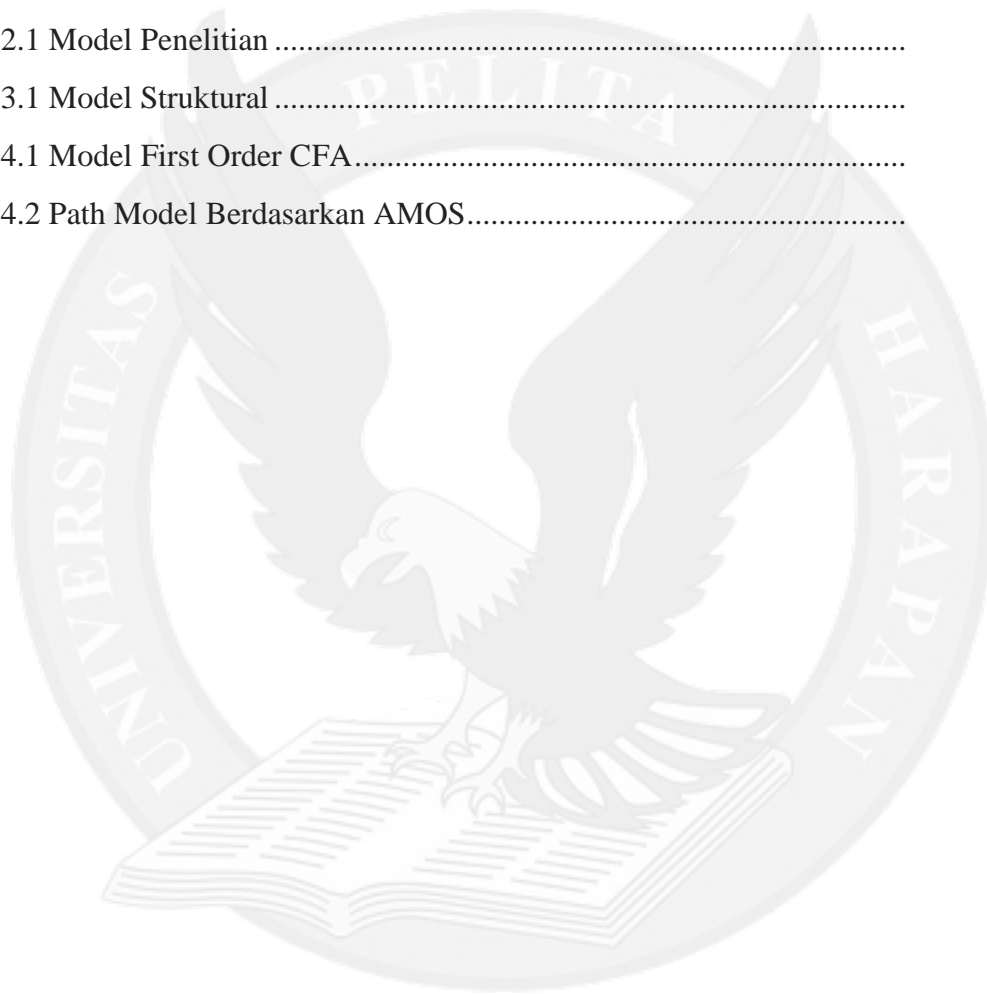
HALAMAN COVER.....	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	I
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	II
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	III
ABSTRAK.....	IV
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.5 Batasan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Atmosfer	16
2.2 Kualitas Produk.....	18
2.3 Harga.....	21
2.4 Keterlibatan Produk	22
2.5 <i>Word of Mouth</i>	24
2.6 Minat Beli	26
2.7 Penelitian Terdahulu	28
2.8 Hubungan antar variabel berikut hipotesis	30
2.8.1 Word of Mouth dan minat beli pelanggan.....	30

2.8.2 Keterlibatan produk dan Minat Beli pelanggan.....	31
2.8.3 Kualitas produk dan Minat Beli pelanggan	32
2.8.4 Atmosfer dan Minat Beli pelanggan.....	33
2.8.5 Harga dan Minat Beli pelanggan.....	34
2.9 Model Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	2
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Desain Penelitian	40
3.3 Objek Penelitian.....	41
3.4 Subjek Penelitian	41
3.5 Unit Analisis	41
3.6 Variabel dan Skala Pengukuran Variabel	41
3.6.1 Variabel	41
3.6.2 Skala Pengukuran Variabel	43
3.7 Definisi Konseptual dan Operasional	44
3.8 Sumber Data.....	52
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.10 Proses Sampel.....	53
3.10.1 Populasi	53
3.10.2 Sampel dan Proses Sampel.....	54
3.10.3 Ukuran Sampel	56
3.11 Teknik Analisis Data.....	58
3.11.1 Statistik Inferensial / Induktif.....	58
3.11.2 Pengujian Model Pengukuran.....	59
3.11.2.1 Validitas.....	59
3.11.2.2 Reliabilitas	61
3.12 Hasil Studi Pendahuluan	62
3.12.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (SPSS 24).....	62
3.12.1.1 Kualitas Produk / <i>Product Quality</i> (X1)	63
3.12.1.2 Harga / <i>Price</i> (X2)	64
3.12.1.3 Keterlibatan Produk / <i>Product Involvement</i> (X3)	65

3.12.1.4 Atmosfer / <i>Atmosphere</i> (X4)	66
3.12.1.5 <i>Word of Mouth</i> (X4)	67
3.12.1.6 Minat Beli / <i>Purchase Intention</i> (Y).....	68
3.13 Model Struktural	70
3.14 SEM-AMOS & SPSS 24	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Profil Responden.....	86
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	86
4.1.2 Usia Responden	87
4.1.3 Profesi Responden	88
4.1.4 Income per Bulan Responden.....	89
4.2 <i>Factor Loading & Composite Reliability</i> (Tes Aktual)	90
4.2.1 <i>Model Fit</i>	95
4.3 Hasil Model Struktural.....	97
4.3.1 Hasil tes R-Square (R^2)	98
4.4 Tes KMO	99
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	100
4.5.1 Uji Multikolinearitas	100
4.5.2 Uji Autokorelasi	101
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	102
4.5.4 Uji Normalitas	103
4.6 Tes Linearitas.....	104
4.7 Tes Hipotesis.....	105
4.8 Pembahasan.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Implikasi managerial.....	112
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	114
5.4 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	115
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertanyaan 1: Apa profesi yang saudara sedang jalani?	6
Gambar 1.2 Pertanyaan 2: Pernahkah Saudara ke Starbucks Coffee.....	6
Gambar 1.3 Pertanyaan 3: Sumber responden mengetahui Starbucks Coffee.....	7
Gambar 1.4 Pertanyaan 4	8
Gambar 1.5 Pertanyaan 5	8
Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 3.1 Model Struktural	70
Gambar 4.1 Model First Order CFA.....	91
Gambar 4.2 Path Model Berdasarkan AMOS.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Rangkuman pembanding penelitian sebelumnya dengan penelitian ini.	28
Tabel 3.1 <i>Likert Scale</i>	44
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Operasional	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas serta Reliabilitas pada indikator-indikator variabel Kualitas Produk (X1).	63
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas serta Reliabilitas pada indikator-indikator variabel Harga (X2) ..	64
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas serta Reliabilitas pada indikator-indikator variabel Keterlibatan Produk (X3).....	65
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas serta Reliabilitas pada indikator-indikator variabel Atmosfer (X4)	66
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas serta Reliabilitas pada indikator-indikator variabel <i>Word of Mouth</i> (X5)	67
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas serta Reliabilitas pada indikator-indikator variabel Minat Beli (Y).....	68
Tabel 4.1 Jenis Kelamin pada Sampel Responden	86
Tabel 4.2 Usia pada Sampel Responden	87
Tabel 4.3 Profesi Responden	88
Tabel 4.4 <i>Income</i> per bulan pada sampel responden.....	89
Tabel 4.5 Uji validitas CFA First Model	92
Tabel 4.6 Validitas Diskriminan Studi Aktual.....	94
Tabel 4.7 Tabel Hasil <i>Goodness-of-fit</i> Model Structural	95
Tabel 4.8 Hasil <i>Squared Multiple Correlations</i>	98
Tabel 4.9 Hasil Nilai KMO dan <i>Barlett's Test of Sphericity</i>	99
Tabel 4.10 Statistik Kolinearitas.....	100
Tabel 4.11 Uji Autokorelasi.....	101
Tabel 4.12 Scatterplot untuk Uji Heteroskedastisitas	102
Tabel 4.13 Hasil One-sample Kolmogorov-Smirnov Test	103
Tabel 4.14 Uji Linearitas	104
Tabel 4.15 Hasil Model Struktural.....	105