

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang selalu menyertai dan membimbing dalam setiap proses penulisan tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Nilai Persepsi, Harga Promosi pada Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Niat Beli Ulang dan Kata dari Mulut pada Generasi Z di Starbucks Indonesia”**. Akhirnya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu, beserta dengan dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dengan sangat baik. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu di Universitas Pelita Harapan Lippo Village Karawaci, Tangerang.

Dalam pengerjaan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini melibatkan banyak pihak yang sangat mendukung dan membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Atas dukungan dan kerjasamanya penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang terlibat, yaitu:

1. Bapak Dr. (Hon.) Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc., selaku Rektor dari Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Dra. Gracia Shinta S.Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Vina Christina Nugroho, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen.

4. Ibu Cynthia Anna Wijayanti, S.E., M.Mkt. selaku Pembimbing Akademik (PA) Penulis yang selalu memberikan dukungan, nasehat, bantuan dan ilmu selama saya mengikuti perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
5. Bapak Dr. Ir. Evo Sampetua Hariandja, M.M., selaku ketua konsentrasi Ritel *Marketing* Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
6. Bapak Dr. Innocentius Bernarto, ST, MM, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran, dukungan, nasehat, bantuan dan bimbingan selama proses pengerjaan Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar Penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
8. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bantuan kepada Penulis dalam kegiatan administratif.
9. Orang tua dan Keluarga penulis Ricky Setiady, Lyly Harno, Jonathan Setiady, dan Nicholas Setiady yang telah memberikan dukungan, semangat, kasih sayang, nasihat dan doa kepada Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
10. Kepada teman-teman terdekat penulis Adriel Bryant Darmawan, Andrian Jeremy, Juan Sebastian, Michael Christofer Tadius, Sion Anugerah Putra, Christopher Owen Chandra, Christhalia Severesia, Kristy Emilia, Rebecca Pricillia Arfandy, Shelly Yolanda, dan Vilia Christy yang selalu setia

mendukung, membantu, menemani, dan memberikan perhatian kepada Penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir Skripsi.

11. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam pengerjaan Tugas Akhir Skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Terakhir, penulis sangat menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini jauh dari kata sempurna. Penulis sudah mencoba membuat Tugas Akhir Skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan agar Tugas Akhir Skripsi ini dapat diperbaiki jika ada kesalahan dan Penulis berharap Tugas Akhir Skripsi ini dapat menjadi bahan referensi dan bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya. Terima Kasih dan Tuhan Yesus Memberkati.

Tangerang, 18 November 2021



Renaldy Setiady - 01011180045

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	
PERSETUJUAN DOSEM PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Kualitas Makanan.....	19
2.2 Citra Merek	20
2.3 Nilai Persepsi	21
2.4 Harga Promosi.....	23
2.5 Kepuasan Pelanggan	24
2.6 Niat Beli Ulang	26
2.7 Kata dari Mulut	27
2.8 Pengajuan Hipotesis.....	29
2.8.1 Hubungan Kualitas Makanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	29
2.8.2 Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	31
2.8.3 Hubungan Nilai Persepsi dengan Kepuasan Pelanggan.....	31

2.8.4 Hubungan Harga Promosi dengan Kepuasan Pelanggan	32
2.8.5 Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Niat Beli Ulang	33
2.8.6 Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Kata dari Mulut	34
2.9 Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Unit Analisis	38
3.3 Tipe Penelitian	38
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	39
3.5 Populasi dan Sampel	47
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel	47
3.5.2 Metode Penarikan Sampel	48
3.6 Metode Pengumpulan Data	50
3.7 Metode Analisis Data	50
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	53
3.8.1 Uji Validitas	53
3.8.2 Uji Reliabilitas	54
3.9 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan	55
3.9.1 Hasil Uji Pendahuluan Validitas dan Reliabilitas	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Profil Responden	61
4.2 Deskripsi Konstruk Penelitian	67
4.3 Analisis Data Penelitian	76
4.3.1 <i>Outer Model</i> (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	77
4.3.2 <i>Inner Model</i>	82
4.4 Pembahasan	88
4.5 Perbandingan Hasil Penelitian Saat Ini dan Hasil Penelitian Terdahulu ...	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Implikasi Manajerial	94
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang	97

DAFTAR PUSTAKA..... 99
LAMPIRAN..... 111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Konsumsi Kopi di Indonesia tahun 1990-2020	4
Gambar 1. 2 Jumlah Gerai Coffee Shop di Indonesia antara Agustus 2019 – April 2020.....	6
Gambar 1. 3 Top Brand Index Fase 2 Index 2021	7
Gambar 1. 4 Top Brand Gen-Z Index 2021	8
Gambar 1. 5 Net Revenue Strabucks dari tahun 2003 - 2020	9
Gambar 1. 6 Laporan Laba Rugi SBUX.....	11
Gambar 1. 7 Laporan Keuangan PT MAP Boga Adiperkasa	12
Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 3. 1 Hasil Model Intstrumen Pengukuran.....	55
Gambar 4. 1 Hasil Uji Model Pengukuran.....	78
Gambar 4. 2 Hasil Uji Model Struktural.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Item Kuesioner	39
Tabel 3. 2 <i>Outer Loadings</i>	56
Tabel 3. 3 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 3. 4 <i>Discriminant Validity</i>	59
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	63
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	64
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pembelian Produk Starbucks selama Pandemi Covid-19.....	65
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	66
Tabel 4. 7 Kategori Jawaban.....	67
Tabel 4. 8 Deskripsi Konstruk Penelitian Kualitas Makanan	68
Tabel 4. 9 Deskripsi Konstruk Penelitian Citra Merek	69
Tabel 4. 10 Deskripsi Konstruk Penelitian Nilai Persepsi	70
Tabel 4. 11 Deskripsi Konstruk Penelitian Harga Promosi	71
Tabel 4. 12 Deskripsi Konstruk Penelitian Kepuasan Pelanggan	73
Tabel 4. 13 Deskripsi Konstruk Penelitian Niat Beli Ulang	74
Tabel 4. 14 Deskripsi Konstruk Penelitian Kata dari Mulut.....	75
Tabel 4. 15 Hasil <i>Outer Loadings</i>	78
Tabel 4. 16 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> dan <i>Composite Reliability</i>	80
Tabel 4. 17 Hasil <i>Discriminant Validity</i>	81
Tabel 4. 18 Hasil <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji Aktual dengan R^2	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji Aktual dengan Hipotesis	84
Tabel 4. 21 Perbandingan Hasil Penelitian Saat Ini dan Hasil Penelitian Terdahulu	91