

ABSTRAK

Dave Emmanuelle Wibisana (02011190006)

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA *PHYSICAL QUALITY*, *STAFF BEHAVIOUR*, *IDEAL SELF-CONGRUENCE*, *BRAND IDENTIFICATION*, DAN *LIFESTYLE CONGRUENCE* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA KEDAI STARBUCKS COFFEE DI SURABAYA

Starbucks pertama kali didirikan di Seattle, Amerika Serikat pada tahun 1971. Gerai kopi ini pertama kali didirikan oleh tiga orang laki-laki. Jerry Baldwin, Gordon Bowker, dan Zev Seigl. PT Sari Coffee Indonesia atau yang lebih dikenal dengan Starbucks Indonesia merupakan perusahaan publik yang bergerak dalam bidang ritel makanan cepat saji dan bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini merupakan pemegang hak waralaba tunggal Starbucks di Indonesia. Starbucks masuk di Indonesia pada 17 Mei 2002 dengan pembukaan gerai di Plaza Indonesia. Kedai pertama itu diikuti pembukaan kedai-kedai selanjutnya di berbagai tempat di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor yang berpengaruh terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Kedai Starbucks Coffee di Surabaya. Penelitian ini bermanfaat untuk *industry cafe* khususnya untuk membuat konsumen menjadi loyal dan ingin untuk melakukan transaksi kembali.

Penelitian ini bersifat kausal dengan metode kuantitatif dengan menggunakan software Amos 22.0 untuk membantu proses pengolahan data primer dari 128 pelanggan Kedai Starbucks Coffee di Surabaya yang dikumpulkan dengan teknik *Snowball Sampling*.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* adalah *Staff Behaviour* dan yang tidak berpengaruh signifikan adalah *Physical Quality*, *Ideal-Self Congruence*, *Brand Identification*, *Lifestyle Congruence*. Sedangkan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty*.

Kata Kunci : *Physical Quality*, *Staff Behaviour*, *Ideal Self-Congruence*, *Brand Identification*, *Lifestyle Congruence*, *Customer Satisfaction*, *Brand Loyalty*.

ABSTRACT

Dave Emmanuelle Wibisana (02011190006)

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA *PHYSICAL QUALITY, STAFF BEHAVIOUR, IDEAL SELF-CONGRUENCE, BRAND IDENTIFICATION, DAN LIFESTYLE CONGRUENCE* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA KEDAI STARBUCKS COFFEE DI SURABAYA

Starbucks was first founded in Seattle, United States in 1971. This coffee shop was first founded by three men. Jeffry Baldwin, Gordon Bowker, and Zev Seigl. PT Sari Coffee Indonesia or better known as Starbucks Indonesia is a public company engaged in fast food retail and headquartered in Jakarta, Indonesia. This company is the sole franchisee of Starbucks in Indonesia. Starbucks entered Indonesia on May 17, 2022 with the opening of store at Plaza Indonesia. The first shop was followed by the opening of further shops in various places in Indonesia.

This study aims to find factors that influence Brand Loyalty through Customer Satisfaction at Starbucks Coffee Shop in Surabaya. This research is useful for the café industry, especially to make customers loyal and want to make transaction again.

This research is causal with quantitative method using Amos 22.0 software to assist the processing of primary data from 128 customers of Starbucks Coffee Shop in Surabaya which was collected using Snowball Sampling technique.

In this study, it was found that the variables that had a significant effect on Customer Satisfaction were Staff Behaviour and those that had no significant effect were Physical Quality, Ideal Self Congruence, Brand Identification, and Lifestyle Congruence. Meanwhile, Customer Satisfaction has a significant effect on Brand Loyalty.

Keywords : *Physical Quality, Staff Behaviour, Ideal Self-Congruence, Brand Identification, Lifestyle Congruence, Customer Satisfaction, Brand Loyalty.*