

ABSTRAK

Pada saat ini, industri yang sedang bertumbuh dengan pesat di Indonesia adalah industri makanan dan minuman, salah satunya kafe atau *coffee shop*. Di kota Surabaya pun, industri yang kini sedang tumbuh dengan pesat dan menjadi primadona adalah *coffee shop*. Tingginya tingkat pertumbuhan dari *coffee shop* yang ada di Surabaya ini tidak terlepas dari konsumsi kopi masyarakat Surabaya yang semakin meningkat. Selain konsumsi kopi yang meningkat, perubahan gaya hidup masyarakat Surabaya yang kini lebih menyukai minum kopi di kafe maupun *coffee shop* karena dirasa lebih santai juga turut membantu pertumbuhan *coffee shop* yang ada di Surabaya. Untuk dapat bertahan dalam persaingan, setiap *coffee shop* perlu untuk meningkatkan *Customer Loyalty*.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan menganalisa pengaruh dari *Customer Loyalty* melalui variabel *Customer Satisfaction, Trust, Switching Barrier, Service Quality dan Intimacy* dari pelanggan “Starbucks” di Surabaya. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan di bidang manajemen, dalam hal ini yang berhubungan dengan variabel *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Trust, Switching Barrier, Service Quality dan Intimacy* yang pada akhirnya akan membentuk kesuksesan dari perusahaan dalam jangka panjang.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan *statistical product and service solutions (SPSS)* versi 22.0. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan karakteristik sampel yang telah dijelaskan. Kuesioner akan disebar sebanyak 127 responden dengan karakteristik yang merupakan pelanggan Starbucks yang berusia 18-60 tahun dan melakukan pembelian di “Starbucks” lebih dari sekali dalam 3 bulan terakhir serta berdomisili di Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* memiliki koefisien regresi dengan nilai sebesar 0.477, lalu pengaruh *Service Quality* terhadap *Trust* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.329, pengaruh *Intimacy* terhadap *Trust* dengan nilai koefisien regresi sebesar

0.163, pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.291, pengaruh *Trust* terhadap *Customer loyalty* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.174, dan terakhir pengaruh *Switching barrier* terhadap *Customer loyalty* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.264.

Kata Kunci: *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Trust, Switching Barrier, Service Quality, Intimacy, Starbucks.*

ABSTRACT

Recently, an industry that is growing rapidly in Indonesia was food and beverage industry, one of them is cafes or coffee shop. In the city of Surabaya is, industry is now growing rapidly and became the belle of the coffee shop. The high rate of growth of the coffee shop in Surabaya in coffee consumption can not be separated from the people of Surabaya increasing. In addition to coffee consumption increases, changes in people's lifestyles Surabaya who now prefer to drink coffee in a cafe or coffee shop because it feels more relaxed also contributed to the growth of coffee shop in Surabaya. To be able to survive in the competition, every coffee shop needs to improve customer loyalty.

The purpose of this study was to evaluate and analyze the effect of Customer Loyalty via variable Customer Satisfaction, Trust, Switching Barrier, Service Quality dan Intimacy of "Starbucks" in Surabaya. Based on the purpose of the research, the expected benefits of the research is to increase knowledge in the field of management, in this case related to Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Trust, Switching Barrier, Service Quality dan Intimacy that will ultimately shape the success of the company in the long term.

This research is causal. The method used is quantitative method uses statistical data processing product and service solutions (SPSS) version 22.0. Collecting data in this study conducted by distributing questionnaires to the respondents in accordance with the characteristics of the samples that have been described. Questionnaires will be distributed as many as 127 respondents with characteristics that are Starbucks customers aged 18-60 years and make purchases in "Starbucks" more than once in the last 3 months and is domiciled in Surabaya.

The results showed that the influence of service quality on customer satisfaction has a regression coefficient with a value of 0.477, then the influence of service quality on trust with regression coefficient for 0329, the effect of intimacy on trust with regression coefficient for 0163, the effect of customer satisfaction on customer loyalty with value a regression coefficient of 0.291, the effect of trust on customer loyalty with regression coefficient for 0174, and the final effect of switching barriers to customer loyalty with regression coefficient for 0264.

Keywords: Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Trust, Switching Barrier, Service Quality, Intimacy, Starbucks.