

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikanNya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul “STUDI EMPIRIS MENGENAI LOYALITAS MEREK KONSUMEN STARBUCKS DI JAKARTA YANG DIPENGARUHI OLEH KEPERCAYAAN MEREK, AFEKSI MEREK, DAN KESESUAIAN CITRA DIRI YANG DIMEDIASI OLEH KESESUAIAN FUNGSIONAL” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

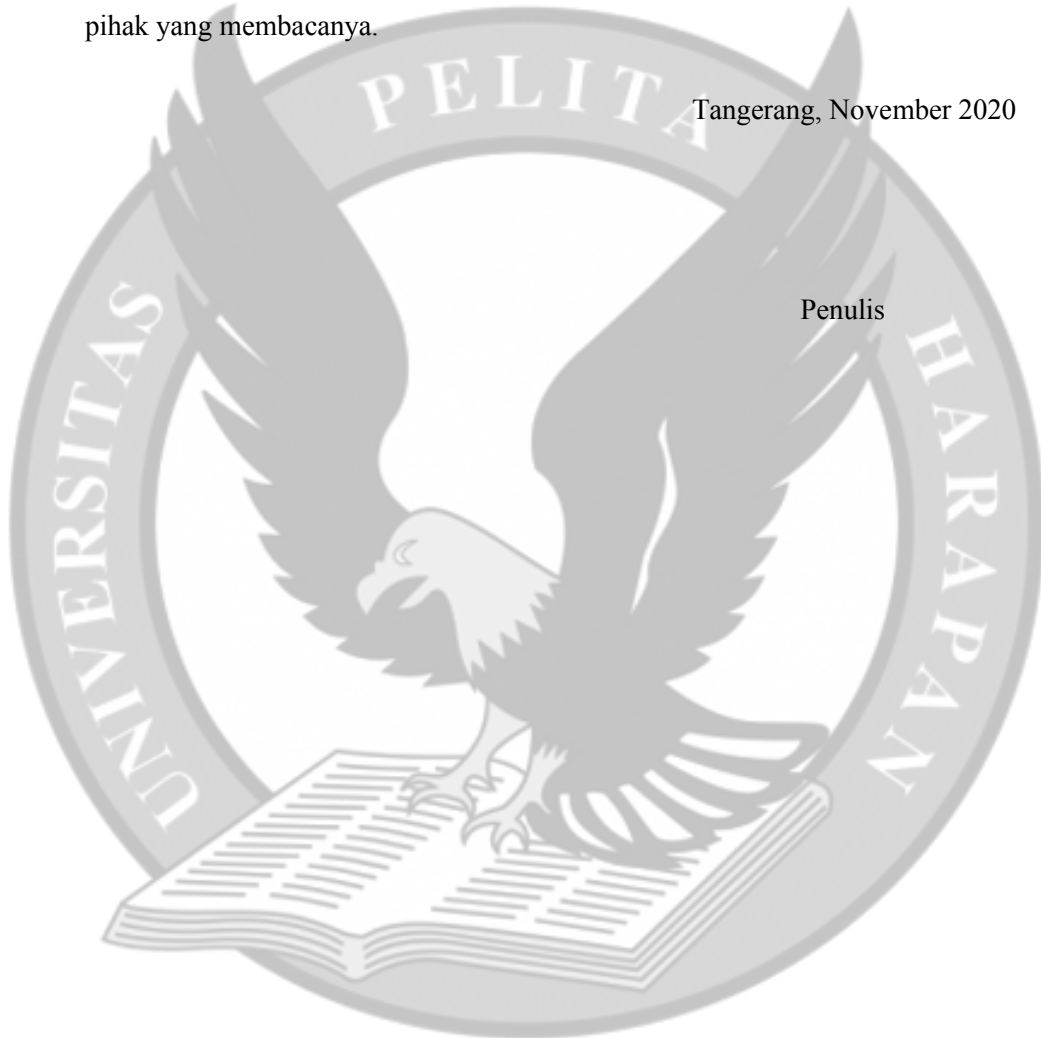
- 1) Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- 2) Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
- 3) Ibu Sabrina O. Sihombing, S.E., M. Bus., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
- 4) Semua dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
- 5) Staf Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
- 6) Keluarga yang telah memberikan dukungan moril, doa, dan kasih sayang.
- 7) Diri sendiri yang sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini.
- 8) Teman-teman seperjuangan skripsi Jacob, Timothy, Natasha, Vania, Farah, dan Vallent yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
- 9) Juga kepada teman-teman akrab Joce, Meimei, Eulaine, Ciacia, Grace, Ricky, Jete, Bella, Ivana, Kechan, Erika, Louis, Casey, Jingga, Mercy, dan David yang sudah selalu mendukung penulis.

10) Semua pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, November 2020

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kontribusi Peneliti.....	9
1.4.1. Kontribusi Teori.....	9
1.4.2. Kontribusi Praktis.....	10
1.5 Pembatasan Penelitian.....	11
1.6 Garis Besar Penelitian.....	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Pemasaran.....	14
2.2 Pencitraan Merek.....	15
2.3 Teori Perilaku Terencana.....	18
2.4 Loyalitas Merek.....	20
2.5 Kepercayaan Merek.....	22
2.6 Afeksi Merek.....	23
2.7 Kesesuaian Citra Diri.....	25
2.8 Kesesuaian Fungsional.....	26
2.9 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.9.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	28
2.9.2 Pengaruh Afeksi Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	29
2.9.3 Pengaruh Kesesuaian Citra Diri Terhadap Kesesuaian Fungsional.....	30
2.9.4 Pengaruh Kesesuaian Fungsional Terhadap Loyalitas Merek.....	31
2.10 Model Penelitian dan Hipotesis.....	32
BAB III.....	34

METODE PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Penelitian Kuantitatif	38
3.3 Jenis Penelitian	42
3.4 Pengukuran Variabel	45
3.5 Unit Analisis	47
3.6 Objek Penelitian	49
3.7 Definisi Konseptual dan Operasional	50
3.8 Skala Pengukuran	55
3.9 Metode Pengumpulan Data	57
3.10 Etika Pengumpulan Data	61
3.11 Kuesioner	62
3.11.1 Desain Kuesioner	65
3.11.2 Penerjemahan Kembali	69
3.12 Sampel	69
3.12.1 Desain Sampel	70
3.12.2 Jumlah Sampel	74
3.13 Studi Pendahuluan	74
3.14 Metode Analisis Data	75
3.14.1 Mempersiapkan Data untuk Analisis	75
3.14.2 Merasakan Data	78
3.14.3 Menguji Keباikan Data	79
3.14.4 <i>Structural Equation Model</i>	84
3.14.5 Uji Model Fit	89
BAB IV	92
PEMBAHASAN	92
4.1 Profil Responden	93
4.2 Hasil Studi Pendahuluan	94
4.2.1 Statistik Deskriptif Studi Pendahuluan	95
4.3 Pengujian Keباikan Data dari Studi Pendahuluan	96
4.3.1 Uji Validitas Studi Pendahuluan	97
4.3.2 Uji Reliabilitas Pada Studi Pendahuluan	100
4.4 Hasil Tes Aktual	101
4.4.1 Statistik Deskriptif Tes Aktual	101

4.5	Menguji Keباikan Data Pada Tes Aktual	103
4.5.1	Uji Validitas	103
4.5.2	Uji Reliabilitas	105
4.6	Hasil Hipotesis	106
4.6.1	Model Pengukuran	107
4.6.2	Model Struktural	109
4.7	Uji Model Fit	114
4.8	Pembahasan	115
4.8.1	Pembahasan Hipotesis 1	115
4.8.2	Pembahasan Hipotesis 2	116
4.8.3	Pembahasan Hipotesis 3	117
4.8.4	Pembahasan Hipotesis 4	118
4.9	Hasil Perbandingan	119
BAB V	122
KESIMPULAN DAN SARAN	122
5.1	Pembatasan Penelitian	122
5.2	Kesimpulan	123
5.3	Implikasi Teori	123
5.4	Implikasi Manajerial	126
5.5	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Diagram Bab I.....	1
Gambar 1.2. Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2014-2017.....	3
Gambar 1.3. Produksi Kopi Tahun 2015-2020.....	4
Gambar 2.1. Diagram Bab II.....	13
Gambar 2.2. Model Teori Perilaku Terencana.....	19
Gambar 2.3. Model Penelitian.....	32
Gambar 3.1. Diagram Bab III.....	34
Gambar 3.2. Model Penelitian.....	46
Gambar 3.3. Langkah Dalam Mempersiapkan Data.....	76
Gambar 3.4 Model Jalur Sederhana.....	85
Gambar 4.1. Diagram Bab IV.....	92
Gambar 4.2. Path Model.....	109
Gambar 5.1. Diagram Bab V.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Top Brand Index Kedai Kopi Tahun 2015, 2016, dan 2017.....	5
Tabel 1.2. Penelitian Sebelumnya Mengenai Loyalitas Merek.....	7
Tabel 3.1. Paradigma Penelitian.....	37
Tabel 3.2. Perbedaan Kuantitatif dan Kualitatif.....	41
Tabel 3.3. Perbedaan Jenis Penelitian.....	44
Tabel 3.4. Unit Analisis.....	48
Tabel 3.5. Definisi Konseptual dan Operasional.....	50
Tabel 3.6. Tipe Skala Pengukuran.....	56
Tabel 3.7. Skala Likert.....	57
Tabel 3.8. Keuntungan dan Keugian Data Primer dan Sekunder.....	59
Tabel 3.9. Keuntungan Macam-Macam Kuesioner.....	64
Tabel 3.10. Keuntungan Pertanyaan Tertutup dan Terbuka.....	67
Tabel 3.11. Sampel Probabilitas dan Sampel Non-Probabilitas.....	71
Tabel 3.12. Teknik Sampel Non-Probabilitas.....	73
Tabel 3.13. Tipe Skala.....	78
Tabel 3.14. Kriteria Indeks PLS-SEM.....	87
Tabel 4.1. responden Profil.....	93
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Studi Pendahuluan.....	95
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan 1.....	97
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan 2.....	98
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas AVE dari Studi Pendahuluan 2.....	99
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) Studi Pendahuluan 2.....	99
Tabel 4.7. Reliabilitas Studi Pendahuluan.....	100

Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Tes Aktual.....	101
Tabel 4.9. Hasil uji Validitas Konvergen Pada Tes Aktual.....	103
Tabel 4.10. Hasil Uji AVE.....	104
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) Tes Aktual.....	105
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT Pada Tes Aktual.....	105
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Tes Aktual.....	106
Tabel 4.14. Hasil Model Pengukuran Tes Aktual.....	107
Tabel 4.15. Hasil Uji Kolineritas Penuh.....	108
Tabel 4.16. Nilai R ² Tes Aktual.....	110
Tabel 4.17. Hasil Model Struktural.....	111
Tabel 4.18. Hasil Redundansi yang divalidasi Silang.....	111
Tabel 4.19. Hasil Uji Model Fit.....	114
Tabel 4.20. Hasil Perbandingan.....	119
Tabel 5.1. Implikasi Teori.....	124
Tabel 5.2. Implikasi Manajerial.....	125

