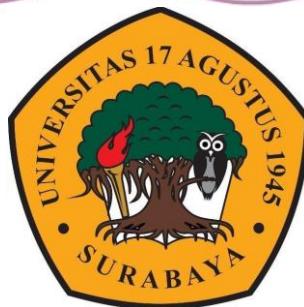


# **PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA**

## **SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis**



**OLEH:**  
**ACHMAD ROVI AL HAKIM**

**NIM. 1121800031**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Achmad Rovi al Hakim

NPM : 1121800031

Judul : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya

Surabaya, 30 Juni 2022  
Disetuhui oleh  
Dosen Pembimbing

Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Hmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.  
NPP. 20120.87.0103

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.  
NPP. 20120.87.0103

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

### TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal:

#### Dewan Pengaji

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinariti, M.P.  
Ketua
2. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.

#### Anggota

3. Dra. Sri Andayani, M.M.

#### Anggota

#### Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

#### Dekan

Dr. Dra. Ayun Maduwinariti, M.P.

NIP. 20120.87.0103

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

### **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Achmad Rovi al Hakim  
NIM : 1121800031  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkannya dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 30 Juni 2022  
Yang membuat pernyataan,

  
  
(Achmad Rovi al Hakim)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TLP. 031 593 1800 (EX 311)  
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Rovi al Hakim  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

"Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 30 Juni 2022

Yang Menyatakan



( Achmad Rovi al Hakim )

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Untuk saya yang sudah berhasil menyelesaikan perkuliahan selama ini
2. Kedua orang tua saya yang senantiasa membimbing, mendoakan, dan mendukung saya hingga saat ini

## **MOTTO**

*“lets live every single day with happiness”*

-KSW-

## **ABSTRAK**

Pertumbuhan bisnis *coffee shop* terbilang berkembang dengan pesat khususnya di Surabaya yang mengakibatkan persaingan yang ketat, dengan begitu akan menyulitkan konsumen memilih kedai kopi mana yang akan dikunjungi. Selain itu, konsumen kini juga berani menyampaikan keluhan, kritik, ataupun saran kepada kedai kopi atas produk dan layanan yang telah didapatkannya. Oleh karena itu pebisnis harus memperhatikan *Brand Image* dan Kualitas Layanan agar tetap bisa bersaing dan tidak kalah dengan kedai kopi lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *brand image* dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi adalah pelanggan starbucks yang pernah membeli di Tunjungan Plaza Surabaya dan sampel adalah sebanyak 100 responden dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Analisis penelitian data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Data diolah menggunakan bantuan SPSS 25. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *brand image* dan loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. *Brand image* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya. Oleh karena itu, Starbucks harus mempertahankan dan meningkatkan *brand image* dan kualitas layanan agar mendapat Pelanggan yang loyal.

Kata kunci: *Brand Image*, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan

## ***ABSTRACT***

*The growth of the coffee shop business is growing rapidly, especially in Surabaya, which results in intense competition, making it difficult for consumers to choose which coffee shop to visit. In addition, consumers now also dare to submit complaints, criticisms, or suggestions to coffee shops for the products and services they have received. Therefore, business people must pay attention to Brand Image and Service Quality so that they can still compete and not lose to other coffee shops. This study aims to determine the effect of brand image and service quality on customer loyalty at Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya. This type of research is quantitative with the population being starbucks customers who have bought at Tunjungan Plaza Surabaya and the sample is 100 respondents by distributing questionnaires via google form. Data research analysis using validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, t test, F test, and determination coefficient test ( $R^2$ ). The results show that there is a significant influence between brand image and customer loyalty. There is a significant influence between service quality and customer loyalty. Brand image and service quality simultaneously have a significant effect on customer loyalty at Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya. Therefore, Starbucks must maintain and improve brand image and service quality in order to get loyal customers.*

***Keyword:*** *Brand Image, Quality Service, Loyal Customer*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas seluruh curahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Starbucks Tunjungan Plaza Surabaya” ini tepat waktu. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelas Sarjana Administasi Bisnis pada Program Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendoakan dan selalu memotivasi dalam situasi apapun. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
2. Untuk kakek dan nenek penulis, terima kasih sudah tetap bertahan hingga saat ini.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran ditengah kesibukan beliau, memberikan saran, dan pengarahan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Kaprodi Administasi Bisnis, Dosen Wali, dan Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran ditengah kesibukan beliau untuk membimbing penulis dan memberikan arahan maupun saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat penulis dari semester 1, Frisca Septi dan Wakida Bella, terima kasih atas kenangan indah bersama kalian selama ini.
6. Sahabat penulis dari TK hingga saat ini dan seterusnya, Listian Nur F dan Fauziyah Putri.
7. Teman teman perkuliahan Claritha, Agam, Aindah, Nimas, dan teman teman administasi bisnsi Angkatan 18 terutama kelas A khususnya yang sedang berjuang bersama mengerjakan tugas akhir skripsi.
8. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

9. Dan yang terakhir, IU. Terima kasih atas segalanya dan sudah menjadi *support system* penulis selama ini, walaupun kita sekarang beda negara tapi *support* itu tetap bisa penulis rasakan. Ayo kita segera ketemu.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritik yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan mafaat bagi siapapun yang membacanya.

Surabaya, 30 Juni 2022  
Penulis,

Achmad Rovi al Hakim

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1.    Latar Belakang .....	1
1.2.    Rumusan Masalah .....	5
1.3.    Tujuan Penelitian.....	5
1.4.    Manfaat Penelitian.....	6
1.5.    Sistematika Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1.    Penelitian Terdahulu .....	7
2.2.    Landasan Teori.....	11
2.2.1    Produk .....	11
2.2.2    Atribut Produk.....	11
2.2.3    Konsep <i>Brand</i> .....	12
2.2.4 <i>Brand Image</i> (X1) .....	13
2.2.5    Kualitas Layanan (X2) .....	16

2.2.6 Loyalitas Pelanggan (X3).....	18
2.3. Definisi Konsep.....	21
2.3.1 Brand Image (X1).....	21
2.3.2 Kualitas Layanan (X2) .....	22
2.3.3 Loyalitas Pelanggan (Y).....	22
2.4. Definisi Operasional.....	22
2.4.1 Brand Image (X1).....	22
2.4.2 Kualitas Layanan (X2) .....	22
2.4.3 Loyalitas Pelanggan (Y).....	22
2.5 Hubungan Brand Image, Kualitas Layanan, terhadap Loyalitas Pelanggan 23	
2.6. Kerangka Dasar Pemikiran.....	24
2.7. Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian .....	25
3.1.1 Rancangan Penelitian .....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1 Populasi .....	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	26
3.3.1 Skala Pengukuran .....	26
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	27
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	27
3.4.1 Jenis Data .....	27
3.4.2. Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1 Uji Instrumen.....	28
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	29
3.6.3 Uji Hipotesis.....	29
<b>BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Penyajian Data.....	31

4.1.1	Gambaran Obyek Penelitian.....	31
4.1.2	Karakteristik Responden .....	34
4.1.3	Hasil Deskripsi Jawaban Responden.....	36
4.1.4	Uji Instrumen.....	39
4.2.	Tabulasi Data .....	40
4.3	Analisis Data .....	54
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.3.2	Uji t.....	54
4.3.3	Uji F .....	55
4.3.4	Uji Koefiesien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
4.4	Pembahasan.....	56
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	56
4.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	57
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	57
BAB V	PENUTUP.....	59
5.1	Simpulan .....	59
5.2.	Rekomendasi .....	60
	DAFTAR PUSTAKA .....	61
	LAMPIRAN.....	65

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Daftar Beberapa Gerai Starbucks di Surabaya.....	2
Tabel 1. 2 Urutan <i>Brand Coffee</i> di Surabaya Tahun 2020-2021.....	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	27
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	34
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	34
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdsarkan pekerjaan .....	35
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan .....	35
Tabel 4. 5 Hasil deskripsi jawaban responden variabel Brand Image (X1) .....	36
Tabel 4. 6 Hasil deskripsi jawaban responden variabel Kualitas Layanan (X2).....	37
Tabel 4. 7 Hasil deskripsi responden variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	38
Tabel 4. 8 Uji Validitas .....	39
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4. 10 Tabulasi Data Brand Image (X1) .....	40
Tabel 4. 11 Tabulasi Data Kualitas Layanan (X2) .....	45
Tabel 4. 12 Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan (Y) .....	49
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4. 14 Uji t .....	55
Tabel 4. 15 Uji F .....	55
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi.....	56

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Dasar Penelitian .....	24
Gambar 4. 1 Logo .....	31
Gambar 4. 2 Starbucks Tunjungan Plaza 3 .....	32
Gambar 4. 3 Starbucks Tunjungan Plaza 4 (SOGO).....	32
Gambar 4. 4 Starbucks Tunjungan Plaza 5 .....	32
Gambar 4. 5 Starbucks Tunjungan Plaza 6 .....	33

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Uji Reliabilitas .....	65
Lampiran 2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
Lampiran 3 Uji t .....	65
Lampiran 4 Uji F .....	66
Lampiran 5 Uji Koefisien Determinasi .....	66
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian .....	67
Lampiran 7 Laporan Bimbingan .....	71
Lampiran 8 Lembar Revisi 1 .....	72
Lampiran 9 Lembar Revisi 2 .....	73
Lampiran 10 Lembar Revisi 3 .....	74
Lampiran 11 Hasil Turnitin .....	75