

**PENGARUH CITRA MEREK PADA KESEDIAAN KONSUMEN
UNTUK MEMBAYAR HARGA PREMIUM PRODUK STARBUCKS**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Tingkat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Adrian Thomson Indarto

NPM: 12 03 19418

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**

2016

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK PADA KESEDIAAN
KONSUMEN UNTUK MEMBAYAR HARGA PREMIUM
PRODUK STARBUCKS**

Disusun Oleh:

Adrian Thomson Indarto

NPM: 12 03 19418

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

13 Juni 2016

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK PADA KESEDIAAN KONSUMEN UNTUK
MEMBAYAR HARGA PREMIUM PRODUK STARBUCKS

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adrian Thomson Indarto

NPM: 12 03 19418

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 14 Juli 2016

dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat

Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

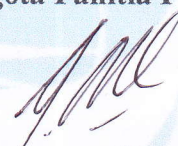
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Drs. Gunawan Jiwanto, M.B.A.



Nadia Nila Sari, SE., M.B.A.

Yogyakarta, 17 Juli 2016

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK PADA KESEDIAAN KONSUMEN UNTUK MEMBAYAR HARGA PREMIUM PRODUK STARBUCKS

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Juni 2016

Yang menyatakan



Adrian Thomson Indarto

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat, kebaikan dan kasih sayang Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK PADA KESEDIAAN KONSUMEN UNTUK MEMBAYAR HARGA PREMIUM PRODUK STARBUCKS”**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta saran-saran yang bermanfaat kepada penulis dengan penuh kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan membimbing selama penulis menempuh pendidikan.

3. Papa, Mama, dan saudara-saudara yang selalu memberi semangat, dorongan, dan dukungan penuh kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Meli, Silvia, Reinhard, Celia dan Ina yang selalu memberikan dorongan sehingga penulis terpacu untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Novi, Yoseph, Ardo, Made, Maya, Vania, Martin, Giri, Daniel, Rizky, Anisa dan Ino selaku teman seperjuangan bimbingan Bu Mahestu yang telah berjuang bersama dan membantu dalam menyelesaikan skripsi.
6. Dr. Jodi Visnu yang telah banyak memberikan masukan teknik penulisan skripsi.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 13 Juni 2016

Penulis

Adrian Thomson Indarto

DAFTAR ISI

	halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Merek (<i>Brand</i>).....	7
2.2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	10
2.2.1. Kesadaran Akan Merek (<i>Brand Awareness</i>)	12
2.2.2 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	13
2.2.3 Negara Asal (<i>Country of Origin</i>)	14

2.2.4 Citra Sosial (<i>Social Image</i>)	15
2.2.5 Keunikan (<i>Uniqueness</i>).....	15
2.3. Harga Premium (<i>Price Premium</i>)	15
2.4. Loyalitas (<i>Loyalty</i>)	16
2.5. Penelitian Terdahulu	18
2.6. Hipotesis.....	23
2.7. Kerangka Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2. Populasi dan Pengumpulan Data.....	27
3.3. Metode Pengumpulan Data	28
3.4. Metode Pengukuran Data.....	29
3.5. Metode Pengujian Instrumen	29
3.5.1. Uji Validitas	29
3.5.2 Uji Realibilitas	30
3.6. Metode Analisis Data.....	30
3.6.1. Analisis Regresi Berganda	30
3.6.2. <i>One-Way ANOVA</i>	30
3.7. <i>Pilot Study</i>	31
3.8. Definisi Operasional.....	33
BAB IV ANALISIS DATA	36
4.1. Pengujian Instrumen	36
4.1.1. Uji Validitas	37
4.1.2. Uji Realibilitas	38
4.2. Karakteristik Demografi.....	39
4.2.1. Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40

4.2.2. Karakteristik Demografi Berdasarkan Uang Saku.....	40
4.2.3. Karakteristik Demografi Berdasarkan Umur	41
4.3. Analisis Data	41
4.3.1. Pengaruh Citra Merek Pada Harga Premium.....	42
4.3.2. Pengaruh Citra Merek Pada Loyalitas.....	45
4.4. Uji <i>One-Way ANOVA</i>	47
4.4.1. Perbedaan Penilaian Perspektif Citra Merek Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.4.2. Perbedaan Penilaian Perspektif Harga Premium dan Loyalitas Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.4.3. Perbedaan Penilaian Perspektif Citra Merek Berdasarkan Uang Saku/Bulan.....	49
4.4.4. Perbedaan Penilaian Perspektif Harga Premium dan Loyalitas Berdasarkan Uang Saku/Bulan	51
4.4.5. Perbedaan Penilaian Perspektif Citra Merek Berdasarkan Umur	51
4.4.6. Perbedaan Penilaian Perspektif Harga Premium dan Loyalitas Berdasarkan Umur	53
4.5. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Implikasi Manajerial	62
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	63
Daftar Pustaka.....	64
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Hasil <i>Pilot Study</i>	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.4 Karakteristik Demografi Berdasarkan Uang Saku.....	40
Tabel 4.5 Karakteristik Demografi Berdasarkan Umur.....	41
Tabel 4.6 Pengaruh Citra Merek Pada Harga Premium.....	42
Tabel 4.7 Pengaruh Citra Merek Pada Loyalitas.....	45
Tabel 4.8 Perbedaan Penilaian Perspektif Citra Merek Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.9 Perbedaan Penilaian Perspektif Harga Premium dan Loyalitas Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.10 Perbedaan Penilaian Perspektif Citra Merek Berdasarkan Uang Saku.....	50
Tabel 4.11 Perbedaan Penilaian Perspektif Harga Premium dan Loyalitas Berdasarkan Uang Saku.....	51
Tabel 4.12 Perbedaan Penilaian Perspektif Citra Merek Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.13 Perbedaan Penilaian Perspektif Harga Premium dan Loyalitas Berdasarkan Umur.....	53

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Akan Merek.....	12



DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran I Kuesioner	67
Lampiran II Data Mentah Penelitian	72
Lampiran III Uji Validitas dan Uji Realibilitas	81
Lampiran IV Analisis Regresi Berganda	87
Lampiran V Uji <i>One-Way ANOVA</i>	89

**PENGARUH CITRA MEREK PADA KESEDIAAN KONSUMEN UNTUK
MEMBAYAR HARGA PREMIUM PRODUK STARBUCKS**

Disusun Oleh:

Adrian Thomson Indarto

NPM : 12 03 19418

Dosen Pembimbing:

Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek (kesadaran akan merek, persepsi kualitas, negara asal, citra sosial, dan keunikan) pada kesediaan konsumen untuk membayar harga premium produk Starbucks dan meneliti pengaruh citra merek pada loyalitas merek. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang pernah berkunjung ke Starbucks dalam 2 bulan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 203 responden dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner online. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil pengujian data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas, citra sosial, dan keunikan berpengaruh positif pada kesediaan konsumen untuk membayar harga premium. Selain itu, persepsi kualitas, citra sosial, dan keunikan juga berpengaruh positif pada loyalitas merek.

Kata kunci: merek, citra merek, harga premium, loyalitas merek, ekuitas merek.