

**PENGARUH IDENTITAS MEREK DAN NILAI YANG DIRASAKAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP CUPABLE  
YOGYAKARTA**



Disusun oleh:

**Avin Kurniawan**

**NPM: 160322990**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**



**SURAT KETERANGAN**

**No. 374/J/I**

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 8 April 2023 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- |   |                 |
|---|-----------------|
| 1. Mahestu N.Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D. | (Ketua Penguji) |
| 2. Nadia Nila Sari, SE., MBA.           | (Anggota)       |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.      | (Anggota)       |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Avin kurniawan

NPM : 160322990

Dinyatakan

**Lulus Tanpa Revisi**

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

**Alamat**

Kampus III Gedung Bonaventura  
Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

**URL**

<https://fbe.uajy.ac.id>

**Kontak**

Telepon : +62-274-487711 ext. 3120, 3127  
Fax : +62-274-485227  
Surel : [fbe@uajy.ac.id](mailto:fbe@uajy.ac.id)



## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH IDENTITAS MEREK DAN NILAI YANG DIRASAKAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP CUPABLE  
YOGYAKARTA**

Adalah hasil karya sendiri. Kutipan baik langsung ataupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan ataupun ide orang lain akan dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini yang tercantum dalam daftar pustaka. Apabila terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh dari skripsi ini maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal.

Yogyakarta, 8 April 2022

Yang bertandatangan



Avin kurniawan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Identitas Merek dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Coffee Shop Cupable* Yogyakarta”. Skripsi ini digunakan untuk salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak tugas akhir ini tidak dapat selesai dengan baik, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas semua berkat, kenikmatan, kesehatan yang diberikan sampai sekarang ini.
2. Ibu Nadia Nila Sari SE., MBA. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam pembuatan tugas akhir skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Keluarga yaitu Bapak, Ibu, Adek atas doa dan dukungan kepada penulis baik berupa moril dan materil.
4. Teman terdekat dan terbaik, Chintya yang selalu memberikan semangat serta berbagai dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Pelatih UKM basket Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Ko Ejiang dan Mas Andi Black yang telah memberikan semangat dan bantuan dalam bentuk apapun.
6. Teman-teman angkatan 2016 yang telah memberikan bantuan dan doa dalam penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman kelas O angkatan 2016 yang memberikan bantuan doa dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu baik memberikan berupa doa, semangat, dukungan serta motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, segala bentuk kritik maupun saran yang bersifat membangun untuk penulis akan sangat membantu.

Terima kasih

Yogyakarta, 8 April 2022

Penulis



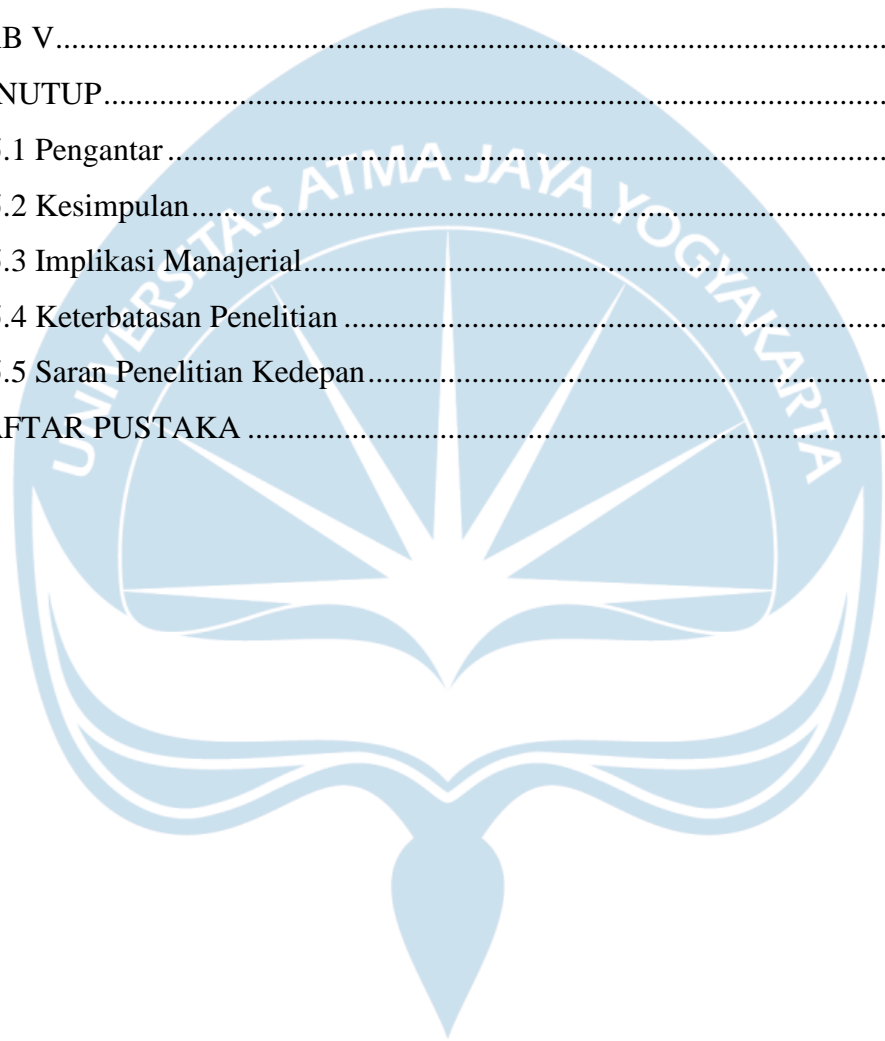
Avin kurniawan

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN .....	10
1.4. MANFAAT PENELITIAN .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat praktis .....	11
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN .....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Pemasaran .....	14
2.1.2 Identitas merek ( <i>Brand Identity</i> ) .....	16
2.1.3 Nilai yang dirasakan.....	19
2.1.4 Kepuasan pelanggan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	29
2.3.1 Pengaruh Identitas Merek Terhadap Nilai yang Dirasakan .....	29
2.3.2 Pengaruh Identitas Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	30
2.3.3 Pengaruh Nilai yang dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	31

2.4	Kerangka Penelitian .....	32
BAB III .....		33
METODOLOGI .....		33
3.1	Metodologi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1	Pengertian Metodologi Penelitian .....	33
3.2	Jenis Penelitian .....	34
3.3	Populasi dan Sampel .....	34
3.4	Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran.....	36
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.6	Definisi Operasional dan indikator penelitian.....	39
3.7	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	41
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	42
3.7.2	Metode analisis.....	43
BAB IV .....		50
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		50
4.1	Analisis Deskriptif.....	50
4.2	Analisis Profil Responden .....	51
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata per Bulan.....	53
4.3	Hasil Statistik Deskriptif .....	54
4.4	Hasil Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	55
4.4.1	Merancang Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	55
4.4.2	Merancang Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	55
4.4.3	Membuat Diagram Jalur .....	58
4.4.4	Estimasi Least Square Methods .....	58
4.4.5	Evaluasi Goodness of Fit : Outer Model .....	59
4.4.6	Evaluasi Goodness of Fit : Inner model.....	64
4.5	Uji Hipotesis Secara Langsung .....	66
4.6	Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung .....	68
4.7	Pembahasan .....	69

4.7.1 Pengaruh Identitas Merek terhadap Nilai yang Dirasakan. ....	70
4.7.2 Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan. ....	70
4.7.3 Pengaruh Identitas Merek terhadap Kepuasan Pelanggan. ....	71
4.7.4 Pengaruh Tidak Langsung Identitas Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Nilai yang Dirasakan. ....	72
BAB V.....	73
PENUTUP.....	73
5.1 Pengantar.....	73
5.2 Kesimpulan.....	73
5.3 Implikasi Manajerial.....	75
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	77
5.5 Saran Penelitian Kedepan.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79



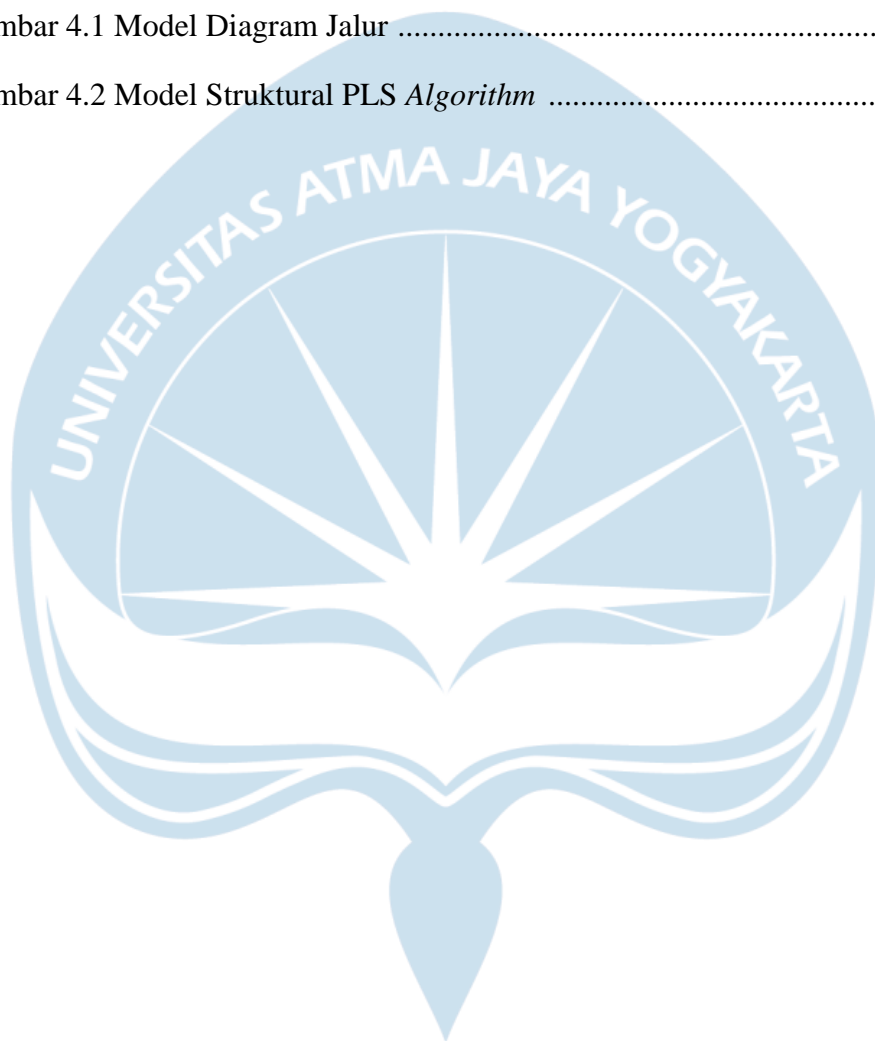


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Skala Likert .....	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian .....	39
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata per Bulan .....	53
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif .....	54
Tabel 4.5 Indikator-Indikator Variabel Laten .....	55
Tabel 4.6 Nilai <i>Outer Loading</i> .....	59
Tabel 4.7 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	60
Tabel 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	61
Tabel 4.9 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	62
Tabel 4.10 Tabel Dillon Goldstein's .....	63
Tabel 4.11 Nilai <i>R-Square, R-Square Adjusted, dan Q-Square</i> .....	65
Tabel 4.12 Uji Hipotesis Secara Langsung .....	67
Tabel 4.13 Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	32
Gambar 4.1 Model Diagram Jalur .....	58
Gambar 4.2 Model Struktural PLS <i>Algorithm</i> .....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	84
Lampiran 2 Kuesioner Daring .....	92
Lampiran 3 Kuesioner Asli .....	104
Lampiran 4 Data Responden dan Jawaban Pertanyaan .....	106
Lampiran 5 Hasil Olah Data <i>SMART PLS</i> .....	121
Lampiran 6 Jurnal Acuan .....	126

# **PENGARUH IDENTITAS MEREK DAN NILAI YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP CUPABLE YOGYAKARTA**

Avin kurniawan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

[avinkurniawan6@gmail.com](mailto:avinkurniawan6@gmail.com)

Nadia Nila Sari SE., MBA.

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

[nadia.nila@uajy.ac.id](mailto:nadia.nila@uajy.ac.id)

## **Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh identitas merek dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan *coffee shop* Cupable yogyakarta. Objek penelitian ini adalah konsumen Cupable. Responden dalam penelitian ini terdapat 175 orang yang pernah membeli secara langsung ke *coffee shop* Cupabel. Pengambilan sample menggunakan teknik *purposive sampling* dan pengumpulan data menggunakan *google form* serta menggunakan skala *likert* 5 poin. Analisi data penelitian dilakukan dengan metode SEM-PLS 3.3.3. Hasil menunjukkan bahwa identitas merek dan nilai yang dirasakan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif. Hasil mediasi diperoleh bahwa nilai yang dirasakan memiliki peran sebagai variabel mediasi.

**Kata kunci :** Identitas Merek, Nilai yang Diraskan, Kepuasan Pelanggan