

**PENGARUH CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP
EKUITAS MEREK STARBUCKS INDONESIA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Audy Oktavia

NPM: 19 03 24627

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING PENGARUH CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK STARBUCKS INDONESIA



Disusun oleh :

Audy Oktavia

NPM : 19 03 24627

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing,

M. Parnawa Putranta. MBA., Ph.D.

6/2023
Tanggal :.....

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

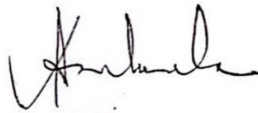
PENGARUH CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK STARBUCKS INDONESIA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Audy Oktavia
NPM: 190324627

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 8 Desember 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen
(S1) Program Studi Manajemen

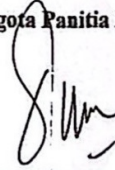
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

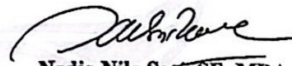


M. Paruwa Putranta, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA



Nadia Nila Sari, SE, MBA

Yogyakarta, 8 Desember 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



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

DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

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

PENGARUH CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK STARBUCKS INDONESIA

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

Yogyakarta,

Yang menyatakan



Audy Oktavia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Starbucks Indonesia”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat yang harus ditempuh untuk dapat menyelesaikan program strata satu (S1).

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berperan penting dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Keluarga yang saya sayangi dan cintai atas dukungan dan doa yang selalu diberikan kepada penulis yaitu, mama, papa, adik dan keluarga besar sehingga penulis dapat terus semangat dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak M. Parnawa Putranta. MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Segenap Dosen serta karyawan/staf Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan pelayanan selama peneliti kuliah di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Terima kasih Nicolas Aditya Kurniawan, sebagai teman hidup saya yang telah membantu, menemani dan meluangkan waktu untuk saya sepanjang perkuliahan sampai saya dapat menyelesaikan skripsi.
5. Kepada teman-teman seangkatan 2019, terima kasih atas kebersamaan, kenangan dan pelajaran berharga yang telah kita lalui selama ini.

6. Semua orang yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, bantuan anda sungguh berarti untuk saya.

Penulis menyadari peran Tuhan Yang Maha Esa yang luar biasa yang selalu menyertai dan memberikan berkat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya.



Yogyakarta, 2 November 2023

Yang menyatakan,

Audy Oktavia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Buah keheeningan adalah doa. Buah doa adalah iman. Buah iman adalah cinta.

Buah cinta adalah pelayanan. Buah pelayanan adalah damai.

(Santa Teresa)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan:

Pertama, untuk diri saya sendiri yang telah bertahan dan berjuang hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

Kedua, untuk kedua orang tua Bapak Wunarto dan Ibu Dina Kencana yang telah memberikan doa dan dukungan kepada saya.

Ketiga, untuk adik-adik saya Merscy Avelline dan Evan Bentley terimakasih sudah menjadi adik yang selalu memberikan saya dukungan dan semangat dalam hal apapun.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Ekuitas Merek	9
2.2 Citra Merek	11
2.3 Loyalitas Merek	13
2.4 Penelitian Terdahulu.....	17
2.5 Kerangka Penelitian	20
2.6 Pengembangan Hipotesis	20

BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Bentuk Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.5 Metode Pengukuran Data	24
3.6 Kuesioner	25
3.7 Metode Pengujian Instrumen	27
3.7.1 Uji Validitas	27
3.7.2 Uji Reliabilitas	27
3.8 Metode Analisis Data	28
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	28
3.8.2 Analisis Regresi.....	28
3.8.3 Analisis Regresi Berganda	28
3.8.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	29
3.8.5 Uji F	29
3.8.6 Uji t.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Pengujian Instrumen.....	31
4.1.1 Uji Validitas.....	31
4.1.2 Uji Reliabilitas	33
4.2 Analisis Karakteristik Responden	34
4.3 Analisis Deskriptif.....	35
4.4 Analisis Determinasi	38
4.5 Uji F	38
4.6 Uji t.....	39
4.7 Pembahasan.....	39
BAB V PENUTUP	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Implikasi Manajerial	42
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	44

5.4 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Kategori Skala Interval.....	25
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Karakteristik Responden.....	34
Tabel 4. 4 Kategori Skala Interval.....	36
Tabel 4. 5 Mean Citra Merek	36
Tabel 4. 6 Mean Loyalitas Merek	37
Tabel 4. 7 Mean Ekuitas Merek	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	38
Tabel 4. 9 Hasil Uji F	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji t	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Piramida Tingkatan Loyalitas Merek	14
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian	20



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN.....	48
LAMPIRAN 2 : DATA RESPONDEN	52
LAMPIRAN 3: PRINT OUT HASIL OLAH DATA PENELITIAN.....	67



PENGARUH CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAAS MEREK STARBUCKS INDONESIA

Disusun oleh:
Audy Oktavia
NPM: 19 03 24627

Pembimbing:
M. Parnawa Putranta. MBA., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek Starbucks Indonesia. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Starbucks Indonesia dan diperoleh 127 data. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda.

Hasil uji analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap ekuitas merek. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara loyalitas merek terhadap ekuitas merek.

Kata Kunci: Citra Merek, Loyalitas Merek dan Ekuitas Merek