

PROPOSAL TUGAS AKHIR

ANALISA PENGARUH CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY PADA KONSUMEN D'CAFESERA DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi Tugas Akhir sebagai persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

Nama : DESTYARINI PRIHASTININGTYAS

NPM : 01120140048



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA**

2017



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Destyarini Prihastiningtyas

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120140048

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISA PENGARUH CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY PADA KONSUMEN D’CAFESERA DI SURABAYA”** adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 2 Agustus 2017

Yang membuat pernyataan



(Destyarini Prihastiningtyas)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISA PENGARUH CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION
TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND AWARENESS,
BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY PADA KONSUMEN
D'CAFESERA DI SURABAYA**

Oleh :

Nama : Destyarini Prihastiningtyas
NPM : 01120140048
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 2 Agustus 2017

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Dr. Ronald S.T., M.M.

Ketua Jurusan Manajemen

Amelia, S.E RFP-I, MM

Co-Pembimbing/Supervisor

Amelia S.E., RFP-I, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ronald S., S.T., M.M



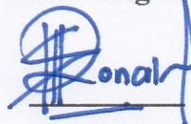
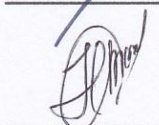
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada hari Rabu tanggal 13 September 2017 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya
atas nama :

Nama : Destyarini Prihastiningtyas
NPM : 01120140048
Jurusan : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISA PENGARUH CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY PADA KONSUMEN D’CAFESERA DI SURABAYA”** oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda tangan
Dr. Ronald S.T., M.M.	sebagai Ketua/ Pembimbing	
Yanuar Danjaya B., SC., M.M.,	sebagai Penguji Pertama	
Hananiel M. Gunawan, BA, MBA.	sebagai Penguji Kedua	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., selaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Miss Amelia S.E., RFP-I., M.M., selaku pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPH Surabaya, serta selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran, semangat serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Yanuar Danjaya B., SC., M.M., selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
4. Kedua orang tua saya, dan saudara-saudari saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan kesabaran dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Harri Pratama yang sudah banyak membantu saya dalam memberi dukungan dan membantu serta senantiasa mendoakan untuk kelancaran dalam penelitian ini.

6. Barbara Tiffany , yang sudah banyak membantu, memberi banyak masukan serta mendukung dalam penelitian ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini. Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yesus Kristus berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 2 Agustus 2017

Destyarini Prihastiningtyas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Penelitian	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS..	16
2.1 Kajian Teori	16
2.1.1 Brand Loyalty.....	16
2.1.2 Brand Awareness.....	18
2.1.3 Brand Image.....	21

2.1.4 Perceived Quality	23
2.1.5 Customer Authenticity Perception	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	29
2.4 Model Penelitian	34
2.5 Bagan Alur Berpikir	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Populasi Dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel	40
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel	32
3.5 Metode Analisis Data	34
3.5.1 Uji Realibitas	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum	55
4.2 Analisis Data	56
4.2.1 Statistik Deskriptif	56
4.2.1.1 Karakteristik Responden	56
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.1.4 Tanggapan Responden	59
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	65
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Authenticity Perception</i>	65
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap <i>Brand Awarenes</i>	66
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	67

4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i>	69
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	70
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	71
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	73
4.2.3.2	Evaluasi Outliers.....	74
4.2.3.2.1	Univariate Outliers.....	74
4.2.3.2.2	Multivariate Outliers.....	76
4.2.3.3	Evaluasi Multicollinearity dan Singularity.....	77
4.2.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	77
4.2.3.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	77
4.2.3.4.1.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	78
4.2.3.5	Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	83
4.2.3.6	Uji <i>Reliability</i>	86
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis	87
4.2.4.1	Pengujian Hipotesis 1 (H_1).....	87
4.2.4.2	Pengujian Hipotesis 2 (H_2).....	88
4.2.4.3	Pengujian Hipotesis 3 (H_3).....	89
4.2.4.4	Pengujian Hipotesis 4 (H_4).....	89
4.2.4.5	Pengujian Hipotesis 5 (H_5).....	90
4.2.4.6	Pengujian Hipotesis 6 (H_6).....	90
4.3	Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN		99
5.1	Simpulan	99
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	99
5.1.1.1	Pengaruh <i>Customer Authenticity Perception</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	99

5.1.1.2	Pengaruh <i>Customer Authenticity Perception</i> terhadap <i>Brand Image</i>	100
5.1.1.3	Pengaruh <i>Customer Authenticity Perception</i> terhadap <i>Perceived Quality</i>	101
5.1.1.4	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	102
5.1.1.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	102
5.1.1.6	Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	103
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian	104
5.2	Implikasi	105
5.2.1	Implikasi Teoritis	105
5.2.2	Implikasi Manajerial	106
5.3	Rekomendasi	110

DAFTAR PUSTAKA	
-----------------------------	--

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 FOTO TAMPAK DALAM	7
GAMBAR 1.2 D'CAFESERA TAMPAK DEPAN	7
GAMBAR 1.3 MENU MAKANAN D'CAFESERA.....	8
GAMBAR 1.4 MENU MAKANAN D'CAFESERA.....	8
GAMBAR 1.5 SALAH SATU MAKANAN D'CAFESERA.....	11
GAMBAR 1.6 MENU MAKANAN D'CAFESERA.....	11
GAMBAR 3.1 DIAGRAM ALUR PEMIKIRAN KERANGKA TEORITIS .	47
GAMBAR 4.1 DIAGRAM PIE RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	57
GAMBAR 4.2 DIAGRAM PIE RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	58
GAMBAR 4.3 CONFIRMATORY ANALYSIS CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION	77
GAMBAR 4.4 CONFIRMATORY ANALYSIS BRAND AWARENESS ..	79
GAMBAR 4.5 CONFIRMATORY ANALYSIS BRAND IMAGE	80
GAMBAR 4.6 CONFIRMATORY ANALYSIS PERCEIVED QUALITY.	81
GAMBAR 4.7 CONFIRMATORY ANALYSIS BRAND LOYALTY	82

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 DESAIN INTI KUISIONER.....	42
TABEL 3.2 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	43
TABEL 3.3 KETERANGAN INDIKATOR KONSTRUK	46
TABEL 3.4 KETERANGAN HUBUNGAN KONSTRUK	48
TABEL 3.5 HASIL KONVERSI KE DALAM PERSAMAAN MODEL PENGUKURAN	49

TABEL 3.6 INDEKS PENGUJIAN KELAYAKAN SEBUAH MODEL (GOODSNESS OF FIT INDEX).....	53
TABEL 4.1 RESPONDEN BERDASARKAN USIA	57
TABEL 4.2 RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	58
TABEL 4.3 DERAJAT PENILAIAN SETIAP VARIABEL	59
TABEL 4.4 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION	60
TABEL 4.5 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP BRAND AWARENESS	61
TABEL 4.6 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP BRAND IMAGE	62
TABEL 4.7 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERCEIVED QUALITY.....	63
TABEL 4.8 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP BRAND LOYALTY.....	64
TABEL 4.9 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION.....	65
TABEL 4.10 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BRAND AWARENESS	66
TABEL 4. 11 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BRAND IMAGE	67
TABEL 4.12 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL PERCEIVED QUALITY	69
TABEL 4.13 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BRAND LOYALTY	70
TABEL 4.14 GOODNES OF FOT INDEX.....	73
TABEL 4.15 HASIL UJI NORMALITAS DATA.....	74
TABEL 4.16 STATISTIK DESKRIPTIF Z-SCORE	75
TABEL 4.17 MAHALOBIS DISTANCE.....	76

TABEL 4.18 UJI BOBOT FAKTOR DAN NILAI LOADING CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION	78
TABEL 4.19 UJI BOBOT FAKTOR DAN NILAI LOADING BRAND AWARENESS.....	79
TABEL 4.20 UJI BOBOT FAKTOR DAN NILAI LOADING BRAND IMAGE	80
TABEL 4.21 UJI BOBOT FAKTOR DAN NILAI LOADING PERCEIVED QUALITY.....	81
TABEL 4.22 UJI BOBOT FAKTOR DAN NILAI LOADING BRAND LOYALTY	82
TABEL 4.23 INDEX PENGUJIAN KELAYAKAN	84
TABEL 4.24 REGRESSION WEIGHTS FULL STRUCTURAL EQUATION MODEL	85
TABEL 4.25 UJI RELIABILITY	86
TABEL 4.26 HASIL UJI HIPOTESIS	87
TABEL 4.27 INDIKATOR VARIABEL CUSTOMER AUTHENTICITY PERCEPTION.....	94
TABEL 4.28 INDIKATOR VARIABEL BRAND AWARENESS....	95
TABEL 4.29 INDIKATOR VARIABEL BRAND IMAGE	96
TABEL 4.30 INDIKATOR VARIABEL PERCEIVED QUALITY...	97
TABEL 4.31 INDIKATOR VARIABEL BRAND LOYALTY.....	97
TABEL 5.1 IMPLIKASI TEORITIS.....	105
TABEL 5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL	109

DAFTAR LAMPIRAN.....	XVIII
KUESIONER.....	A-1
TABULASI DATA KUISIONER.....	B-1
HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	C-1
HASIL PENGUNJIAN STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM) ..	D-1