

TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *IN-STORE MUSIC, IN-STORE AROMA, MERCHANDISE QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE, PLEASURE* DAN *STORE SATISFACTION* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA PELANGGAN STARBUCKS DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar sarjana
Manajemen Strata Satu

Oleh :

NAMA : NATASHA E. NGANTUNG

NPM : 00000027319



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA**

2019



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : ANALISIS PENGARUH *IN-STORE MUSIC*, *IN-STORE AROMA*, *MERCHANDISE QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE*, *PLEASURE* DAN *STORE SATISFACTION* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA PELANGGAN STARBUCKS DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Natasha Emmanuela Ngantung

NPM : 00000027319

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Bisnis Internasional

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dr. Amelia S.E., M.M.

Pembimbing 2 : Dr. Oliandes Sondakh S.E., MM.

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Dr. Amelia S.E., M.M.

Sekretaris : William Santoso S.E., M.Ak.

Anggota : Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M.



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya,

Nama Mahasiswa : Natasha Emmanuela Ngantung

Nomor Pokok Mahasiswa : 00000027319

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *IN-STORE MUSIC, IN-STORE AROMA, MERCHANDISE QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE, PLEASURE* DAN *STORE SATISFACTION* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA PELANGGAN STARBUCKS DI SURABAYA”** adalah:

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat 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 di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 1 Juli 2019



ernyataan

(Natasha Emmanuela Ngantung)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
“ANALISIS PENGARUH *IN-STORE MUSIC*, *IN-STORE AROMA*,
MERCHANDISE QUALITY, *SERVICE QUALITY*, *PRICE*, *PLEASURE*,
DAN *STORE SATISFACTION* TERHADAP *STORE LOYALTY* PADA
PELANGGAN STARBUCKS DI SURABAYA”

Oleh:

Nama : Natasha Emmanuela Ngantung
NPM : 00000027319
Jurusan : Manajemen

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

Surabaya, 30 September 2019

Menyetujui:

Pembimbing Utama

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

Co-Pembimbing/Supervisor

Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M

Ketua Jurusan Manajemen

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

Executive Director

Dr. Ronald S.T., M.M



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
KAMPUS SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada hari Kamis, 5 September 2019 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya atas nama:

Nama : Natasha Emmanuela Ngantung
NPM : 00000027319
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “Analisis pengaruh *In-Store Music, In-Store Aroma, Merchandise Quality, Service Quality, Price, Pleasure, dan Store Satisfaction* terhadap *Store Loyalty* pada pelanggan Starbucks di Surabaya” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda tangan
Dr. Amelia, S.E., M.M.	sebagai Ketua/Pembimbing	
William Santoso, S.E., M.Ak.	sebagai Penguji	
Dr. Yanuar Dananjaya, B.sc, M.M.	sebagai Penguji	

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 guna menejar studi yaitu Strata Satu Sarjana Manajemen 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 akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan 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. sebagai *executive director* di Universitas Pelita Harapan Surabaya, serta sebagai pembimbing akademik yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I, M.M. selaku dosen pembimbing pertama yang begitu baik hati, sabar, memotivasi dan memberikan perhatian yang begitu besar sehingga saya boleh terdorong untuk menyelesaikan Tugas Akhir saya ini.
3. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, SE., M.M. selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saya saran dalam menyelesaikan penelitian ini sehingga saya boleh menyelesaikan Tugas Akhir saya ini.
4. Bapak William Santoso, S.E., M.Ak. selaku dosen penguji pertama yang memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
5. Bapak Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M. selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Ayah saya Lexy Ngantung, ibu saya Tirza Langelo, adik saya Leon Ngantung dan Injili Ngantung, Eunike Lantang, oma saya Rea Pangkey, om

saya Nolvly Daud, tante saya Pingkan Langelo yang senantiasa mendoakan serta kesabaran selama awal perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini.

7. Keluarga kecil saya di Surabaya, Shandy Cynthia Laura, Greony Wongkar, Gabriel Worung, Axcel Anggriawan, Brandon Runudalie, Sylveislie Kindangen, Gloria Polii, Nella Runtulalo, Jitro Behuku, Richard Sariowan yang saling mendukung, menghibur, dan mendoakan kelancaran kuliah.
8. Teman-teman saya Nella Runtulalo, Janice Siahaya, Margaretha Gunawan, Seisy Palit, Zatira, Deva, Novianti Musani, yang mengambil bagian dalam membantu Tugas Akhir ini sehingga boleh berjalan dengan lancar.
9. Sahabat-sahabat saya yang di Manado, Angelin Adiyanto, Christellia Lamatenggo, Monica Langelo yang memberikan dukungan dan doa kepada penulis meskipun dalam jarak yang jauh.
10. Sahabat saya Dhea Dithya Senduk dan Yehezkiel Montolalu yang selalu mendukung, dan membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir saya ini
11. Teman-teman mahasiswa angkatan 2016 semasa di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya yang telah berjuang bersama dan saling mendukung untuk dapat bersama – sama menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

Akhir kata, hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan berkenan membalas kebaikan dari Bapak, Ibu, Saudara, Saudari sekalian. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 1 Juli 2019

Natasha E. Ngnatung

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
IDENTITAS TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Penelitian	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Store Loyalty</i>	14
2.1.2 <i>Store Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>Pleasure</i>	17
2.1.4 <i>In-Store Music</i>	19
2.1.5 <i>In-Store Aroma</i>	20
2.1.6 <i>Merchandise Quality</i>	21
2.1.7 <i>Service Quality</i>	22

2.1.8 Price	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.3.1 Pengaruh In-Store Music terhadap Pleasure	27
2.3.2 Pengaruh In-Store Aroma terhadap Pleasure.....	28
2.3.3 Pengaruh Merchandise Quality terhadap Pleasure	28
2.3.4 Pengaruh Service Quality terhadap Pleasure	29
2.3.5 Pengaruh Price terhadap Pleasure	29
2.3.6 Pengaruh Price terhadap Pleasure	30
2.3.7 Pengaruh Pleasure terhadap Store Satisfaction	30
2.4 Model Penelitian	32
2.5 Bagan Alur Berpikir	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.1.1 Jenis Penelitian.....	34
3.1.2 Jenis Data	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Metode Pengumpulan Data	37
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.5 Metode Analisis Data.....	40
3.5.1 Pengolahan Data.....	40
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	41
3.5.2.1 Uji Validitas	41
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	42
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.2.2 Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression)	44
3.5.2.2 Koefisien Korelasi (R)	46
3.5.2.2 Koefisien Determinasi (R ²)	46
3.5.2.2 Uji F	47
3.5.2.2 Uji T	47

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Starbucks	48
4.2 Analisis Data	49
4.2.1 Statistik Deskriptif	49
4.2.1.1 Karakteristik Responden	49
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.1.4 Tanggapan Responden	51
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	59
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>In-Store Music</i>	60
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>In-Store Aroma</i>	61
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Merchandise Quality</i>	62
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Variabel Service Quality</i>	63
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Variabel Price</i>	64
4.2.2.6 Penjelasan Responden terhadap <i>Variabel Pleasure</i>	65
4.2.2.7 Penjelasan Responden terhadap <i>Variabel Store Satisfaction</i>	66
4.2.2.8 Penjelasan Responden terhadap <i>Variabel Store Loyalty</i>	67
4.2.3 Uji Validitas	68
4.2.4 Uji Reliabilitas	70
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	71
4.2.5.1 Uji Normalitas	71
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	73
4.2.5.3 Uji Heterokedastisitas	74
4.2.5.4 Uji Linearitas.....	76
4.3 Metode Analisis Statistik.....	77
4.3.1 Analisis Regresi	77
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda	77
4.3.1.2 Analisis Regresi Sederhana.....	79
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi	81
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	81
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	81
4.4 Metode Pengujian Hipotesis	82

4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	82
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	84
4.5 Pembahasan.....	86
BAB V KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....	105
5.1 Simpulan	105
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis	105
5.1.1.1 Pengaruh <i>In-Store Music</i> terhadap <i>Pleasure</i>	105
5.1.1.2 Pengaruh <i>In-Store Aroma</i> terhadap <i>Pleasure</i>	106
5.1.1.3 Pengaruh <i>Merchandise Quality</i> terhadap <i>Pleasure</i>	107
5.1.1.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Pleasure</i>	107
5.1.1.5 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Pleasure</i>	108
5.1.1.6 Pengaruh <i>Pleasure</i> terhadap <i>Store Satisfaction</i>	108
5.1.1.7 Pengaruh <i>Store Satisfaction</i> terhadap <i>Store Loyalty</i>	109
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	110
5.2 Implikasi.....	111
5.2.1 Implikasi Teoritis	111
5.2.2 Implikasi Manajerial	118
5.3 Rekomendasi	119
DAFTAR PUSTAKA	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <u>Data Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021</u>	3
Gambar 1.2 <u>10 Produsen Kopi Teratas 2017-2018</u>	3
Gambar 1.3 <u>Perubahan Logo Starbucks</u>	5
Gambar 1.4 <u>Kerjasama Starbucks dengan IKAT Indonesia</u>	9
Gambar 2.1 <u>Model Penelitian</u>	32
Gambar 2.2 <u>Bagan Alur Berpikir</u>	32
Gambar 4.1 <u>Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia</u>	50
Gambar 4.2 <u>Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	50
Gambar 4.3 <u>Scatterplot Uji Normalitas Pleasure</u>	71
Gambar 4.4 <u>Scatterplot Uji Normalitas Store Satisfaction</u>	72
Gambar 4.5 <u>Scatterplot Uji Normalitas Store Loyalty</u>	73
Gambar 4.6 <u>Scatterplot Uji Heterokedastisitas Pleasure</u>	74
Gambar 4.7 <u>Scatterplot Uji Heterokedastisitas Store Satisfaction</u>	75
Gambar 4.8 <u>Scatterplot Uji Heterokedastisitas Store Loyalty</u>	75
Gambar 4.9 <u>Hasil Penelitian</u>	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <u>Perkembangan Coffee Shop di Indonesia</u>	6
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Pesaing Starbucks	10
Tabel 3.1 Desain Inti Kuisisioner	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
Tabel 3.3 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Determinasi	47
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	51
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap <i>In-Store Music</i>	52
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap <i>In-Store Aroma</i>	53
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Merchandise Quality</i>	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Service Quality</i>	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Price</i>	56
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Pleasure</i>	57
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap <i>Store Satisfactio</i>	58
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap <i>Store Loyalty</i>	59
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>In-Store Music</i>	60
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>In-Store Aroma</i>	61
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Quality</i>	62
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	63
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price</i>	64
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Pleasure</i>	65
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Store Satisfaction</i>	66
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Store Loyalty</i>	67
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel <i>In-Store Music</i>	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel <i>In-Store Aroma</i>	68
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas <i>Merchandise Quality</i>	69
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	69

Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas <i>Price</i>	69
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas <i>Pleasure</i>	69
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas <i>Store Satisfaction</i>	69
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas <i>Store Loyalty</i>	70
Tabel 4.28 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.29 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)	71
Tabel 4.30 Nilai Tolerance dan VIF	73
Tabel 4.31 Spearman Test Correlation.....	76
Tabel 4.32 Hasil Uji Linearitas	76
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Berganda (ISM,ISA,MQ,SQ,PR *PL)	77
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Sederhana (PL*SS)	79
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Sederhana (SS*SL)	80
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R2).....	83
Tabel 4.37 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R2).....	83
Tabel 4.38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 (R2).....	83
Tabel 4.39 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.40 Hasil Uji t.....	84
Tabel 4.41 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Store Satisfaction</i>	93
Tabel 4.42 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Pleasure</i>	95
Tabel 4.43 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>In-Store Aroma</i>	96
Tabel 4.44 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Service Quality</i>	97
Tabel 4.45 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Merchandise Quality</i>	99
Tabel 4.46 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>In-Store Music</i>	100
Tabel 4.47 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Price</i>	102
Tabel 4.48 Indikator-indikator yang mengukur variabel <i>Store Loyalty</i>	103
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	111
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	118

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUISIONER.....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF.....	C-1