

TUGAS AKHIR

**Pengaruh *Brand Affect* dan *Brand Quality* Terhadap
Brand Extension melalui *Brand Loyalty* Mc'Café Basuki
Rahmat di Surabaya**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : Lucianto Abraham

NPM : 01120130019



**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
2016**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

IDENTITAS TIM PENGUJI

Judul : **PENGARUH *BRAND AFFECT* DAN
BRAND QUALITY TERHADAP *BRAND
EXTENSION* MELALUI *BRAND
LOYALTY* MC'CAFE BASUKI RAHMAT
DI SURABAYA**

Nama Mahasiswa : Lucianto Abraham
NPM : 01120130019
Jurusan : Manajemen
Peminatan : Kewirausahaan

TIM PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Oliandes Sondakh, SE. M.M.
Pembimbing 2 : Hananiel M. Gunawan, BA., MBA

TIM PENGUJI

Ketua Tim Penguji : Oliandes Sondakh, SE. M.M.
Sekretaris : Amelia S.E., RFP-I., M.M
Anggota : Dr. Ronald S., S.T., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Nama Mahasiswa Lucianto Abraham
Nomor Pokok Mahasiswa 01120130019
Jurusan Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul **“Pengaruh *Brand Affect* dan *Brand Quality* Terhadap *Brand Extension* melalui *Brand Loyalty* Mc’Café Basuki Rahmat 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, 19 September 2016

Yang membuat pernyataan





UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**PENGARUH *BRAND AFFECT* DAN *BRAND QUALITY*
TERHADAP *BRAND EXTENSION* MELALUI *BRAND*
LOYALTY MC'CAFÉ BASUKI RAHMAT DI
SURABAYA**

Oleh

Nama : Lucianto Abraham
NPM : 01120130019
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, 19 September 2016

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Oliandes Sondakh, SE. M.M.

Co-Pembimbing/Supervisor

Hananiel M. Gunawan, BA., MBA

Ketua Jurusan Manajemen

Amelia, S.E, RFP-I, MM

Dekan Fakultas Ekonomi

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





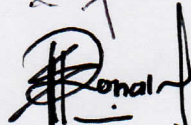
**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 19 september 2016 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 : Lucianto Abraham
NPM : 01120130019
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “**PENGARUH *BRAND AFFECT* DAN *BRAND QUALITY* TERHADAP *BRAND EXTENSION* MELALUI *BRAND LOYALTY* PADA MC’CAFÉ BASUKI RAHMAT DI SURABAYA**” oleh tim penguji yang terdiri dari.

Dewan Penguji	Status	Tanda Tangan
Oliandes Sondakh, S.E., M.M	sebagai Ketua Penguji, Pembimbing	
Amelia, S.E., RFP-I, M.M.	sebagai Penguji	
Dr. Ronald S.T., 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 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 akhir ini.

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

1. Tuhan Yesus Kristus yang menjadi panutan serta landasan untuk menimba ilmu, mengajarkan untuk percaya terhadap diri sendiri serta berharap hanya padaNya.
2. Bapak Dr. Ronald S., S.T., M.M, selaku dekan fakultas ekonomi di Universitas Pelita harapan Surabaya yang sudah mengajarkan saya berbagai hal dengan sabarnya selama proses perkuliahan.
3. Miss Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku ketua jurusan manajemen di Universitas Pelita Harapan yang sudah sangat sabar mengajari saya selama proses perkuliahan berlangsung.
4. Oliandes Sondakh, SE. M.M., selaku Dosen pembimbing 1, yang dengan sabarnya membimbing dari awal hingga selesainya skripsi, dan juga telah mengajarkan berbagai hal selama proses perkuliahan.
5. Hananiel M. Gunawan, BA., MBA, selaku Dosen pembimbing 2 yang juga ikut membantu membimbing dalam penyelesaian skripsi, dan juga telah mengajarkan saya berbagai pelajaran selama perkuliahan.

6. Miss Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku dosen penguji satu yang banyak memberikan masukan yang membangun.
7. Kedua orang tua tercinta, Son Abraham dan Ervina C Tampubolon, saudara-saudara saya, Ericko dan Ervinson yang sudah banyak memberikan support, doa selama proses perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan saya, baik yang lulus bersamaan, maupun yang masih sementara berjuang, Yudi, Otniel, Erren, Victor, Ivan dan Sam yang saling memberikan masukan yang membangun.
9. Teman-teman kost Siwalankerto AA5 yang sudah banyak membantu selama proses perkuliahan.
10. Serta pihak-pihak lainnya yang tidak sempat ditulis satu persatu namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Hanya doa kepada Tuhan Yesus yang dapat penulis lakukan untuk membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara semuanya. Akhir kata, semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan. Segala kritik dan saran akan sangat berguna untuk penelitian ini.

Surabaya, 19 September 2016

(Lucianto Abraham)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
IDENTITAS TIM PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
PERTUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iv
PERTUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1. Brand Extension	10
2.2. Brand Loyalty	11
2.3. Brand Quality	13
2.4. Brand Affect	14
2.5. Penelitian Terdahulu.....	15
2.6. Pengembangan Hipotesis	17
2.6.1. Pengaruh Brand Affect terhadap Brand Loyalty	17

2.6.2. Pengaruh Brand Quality terhadap Brand Loyalty.....	17
2.6.3. Pengaruh Brand Loyalty terhadap Brand Extension.....	18
2.7. Model Penelitian.....	18
2.8. Bagan Alur Berpikir.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1. Jenis Penelitian.....	21
3.2. Populasi dan Sampel.....	21
3.2.1. Populasi.....	21
3.2.2. Sampel.....	22
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	22
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4. Definisi Operasional & Pengukuran Variabel.....	24
3.4.1. Definisi Operasional.....	24
3.4.2. Pengukuran Variabel.....	25
3.5. Metode Analisis Data.....	25
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum McDonald dan McCafe.....	31
4.2 Analisis Data.....	32
4.2.1 Statistik Deskriptif Profil Responden.....	32
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
4.2.1.4 Statistik Deskriptif.....	35
4.2.1.5 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Brand Affect.....	35
4.2.1.6 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Brand Quality.....	37

4.2.1.7 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Brand Loyalty.....	38
4.2.1.8 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Brand Extention.....	39
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	40
4.2.2.1 Uji Validitas.....	40
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.2.2.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas.....	41
4.2.2.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas.....	43
4.2.2.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linearitas.....	44
4.2.2.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas.....	45
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	45
4.2.3.1 Analisis Regresi Berganda pengaruh <i>Brand Affect</i> , <i>Brand Quality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	45
4.2.3.2 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Brand Extension</i>	46
4.3 Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN.....	57
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Implikasi.....	59
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	59
5.2.2 Implikasi Praktis.....	60
5.3 Rekomendasi.....	65
5.3.1 McDonald dan McCafe.....	65
5.3.2 Penelitian Selanjutnya.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Likert Scale Point.....	23
Tabel 3.2. Operaasional Variabel.....	24
Tabel 3.3. Rules of Thumb Koefisien Korelasi.....	29
Tabel 4.1 Deskripsi <i>Mean Rating Index</i>	35
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Brand Affect</i>	35
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Brand Quality</i>	37
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Brand Loyalty</i>	38
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Brand Extension</i>	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.12 Regresi Berganda <i>Brand Affect</i> (BA), <i>Brand Quality</i> (BQ) terhadap <i>Brand Loyalty</i> (BL)	45
Tabel 4.13 Regresi Sederhana <i>Brand Loyalty</i> (BL) terhadap <i>Brand Extension</i> (BE).....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo McDonald's(Bagian 1)	3
Gambar 1.2. Logo McCafe(Bagian 2).....	3
Gambar 1.3 McCafe.....	3
Gambar 1.4 Keramaian McDonald.....	4
Gambar 1.5 Program 25 Tahun McDonald.....	5
Gambar 1.6 Ayam McDonald.....	6
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	18
Gambar 4.1 Logo McDonald	31
Gambar 4.2 Logo McCafe	32
Gambar 4.3 <i>ScatterPlot</i> Uji Normalitas BA,BQ*BL.....	42
Gambar 4.4 <i>ScatterPlot</i> Uji Normalitas BL*BE.....	42
Gambar 4.5 <i>ScatterPlot</i> Uji Heterokedastisitas BA,BQ*BL.....	43
Gambar 4.6 <i>ScatterPlot</i> Uji Heterokedastisitas BL*BE.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: KUESIONER.....	A-1
Lampiran B: INTERVIEW (SIGI AWAL).....	B-1
Lampiran C: TABULASI DATA KUESIONER.....	C-1
Lampiran D: STATISTIK DESKRIPTIF.....	D-1
Lampiran E: ANALISIS KUALITAS DATA.....	E-1
Lampiran F: UJI MODEL PENELITIAN.....	F-1
Lampiran G: ANALISIS HIPOTESIS PENELITIAN.....	G-1