

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERTA KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR PADA
COFFEE BEAN DI SURABAYA**

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Studi Magister Manajemen**



OLEH :

INDRA SETYA BUDI
2015610982

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERTA KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR PADA COFFEE BEAN
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

Indra Setya Budi

2015 610 982

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan :

Dosen Pembimbing

Tanggal : *21 AGUSTUS 2017*


(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.)



TESIS

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERTA KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR PADA COFFEE BEAN
DI SURABAYA**

Disusun oleh

INDRA SETYA BUDI

2015 610 982

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 31 Agustus 2017

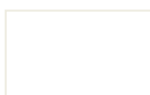
Tim Penguji

Ketua : Dr. BASUKI RACHMAT, SE.,M.M
NIP : 36080255

Sekretaris : Dr. Drs. Ec. SONI HARSONO, M.Si
NIP : 36080259

Anggota : Dr. RONNY,S.KOM.,M.Kom.,MH
NIP : 36140287

Dr.MUAZAROH, SE.,MT
NIP : 36940131



PERSETUJUAN TESIS

Nama : Indra Setya Budi
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 10 Januari 1988
NIM : 2015610982
Program Pendidikan : Pasca Sarjana (Magister Manajemen)
Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Kesiediaan Untuk Membayar Pada Coffee Bean Di Surabaya

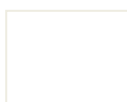
Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 21 Agustus 2017


(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.)

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Tanggal : 21 Agustus 2017


(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM.)



KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Kesiapan Untuk Membayar Pada Coffee Bean Di Surabaya” dapat terselesaikan.

Adapun tujuan penulisan Tesis ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan Magister Manajemen (S2) Konsentrasi Manajemen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.

Penulisan Tesis ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalumerahmat, ridho, hidayahdanlindungan-Nyakepadapenulis.
2. BagindaNabi Muhammad SAW yang telahmemberikantauladanbagipenulisuntukselalubertindaksesuaiajaran-Nya dan Syafa'at-Nya yang selalu penulis rindukan.
3. Bapak Drs Widarjo dan Ibu Ratnaningsih yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis.
4. Bapak Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Prof.Dr. Tatik Suryani, Psi., MM. selaku dosen wali dan Ketua Program Studi Magister Management.
6. Bapak Dr. BasukiRachmat, SE,MM selaku dosen penguji.
7. Bapak Dr. Ronny, S,Kom, M.Kom, M.H selaku dosen penguji.

8. Civitas Akademika STIE Perbanas Surabaya.
9. Rekan – rekan angkatan XIX – Pasca Sarjana STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan dan ad dukungannya dalam penulisan tesis ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang memberikan dukungan dalam penulisan tesis ini.

Penulis Menyadari bahwa penulisan Tesis ini masih jauh dari tingkat kesempurnaan dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, untuk langkah lebih maju penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap penulisan Tesis ini dapat menambah pengetahuan penulis serta bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 09 September 2017

Indra Setya Budi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Tesis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Penelitian Shahroudi dan Naimi.....	9
2.1.2 Penelitian Ramesh Neupane.....	11
2.1.3 Penelitian Haverila dan Fehr.....	13
2.1.4 Penelitian Anselmsson <i>et al.</i>	15
2.1.5 Penelitian Campbell <i>et al.</i>	17
2.1.6 Penelitian Chaudhuri dan Ligas.....	19
2.1.7 Penelitian Demirgunes.....	21
2.1.8 Penelitian Casidy Dan Wymer.....	24
2.1.9 Penelitian Albaity dan Melhem.....	26
2.1.10 Penelitian Eunjoo Cho.....	27
2.1.11 Penelitian Nyadzayo <i>et al.</i>	30
2.2 Landasan Teori.....	35
2.2.1 Citra Merek.....	35
2.2.2 Produk.....	37
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	40
2.2.4 Kesiediaan Untuk Membayar.....	42
2.2.5 Pengaruh Citra Merk Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar.....	45
2.2.6 Pengaruh Citra Merk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	46

2.2.7	Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
2.2.8	Pengaruh Produk Terhadap Kesiapan Untuk Membayar.....	48
2.2.9	Pengaruh Kepuasan Terhadap Kesiapan Untuk Membayar.....	49
2.3	Kerangka Pemikiran.....	50
2.4	Hipotesis Penelitian.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....		53
3.1	Rancangan Penelitian.....	53
3.2	Batasan Penelitian.....	54
3.3	Identifikasi Variabel.....	54
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
3.4.1	Definisi Operasional.....	55
3.4.2	Pengukuran Variabel.....	58
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	59
3.5.1	Populasi.....	59
3.5.2	Sampel.....	59
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	60
3.6	Instrumen Penelitian.....	60
3.7	Data dan Pengumpulan Data.....	61
3.7.1	Data.....	61
3.7.2	Pengumpulan Data.....	62
3.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	62
3.8.1	Uji Validitas.....	62
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	63
3.9	Teknik Analisis Data.....	63
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....		67
4.1	Gambaran Subyek Penelitian.....	67
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	68
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	71
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Media Pembayaran.....	72
4.2	Analisa Data.....	74
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	74
4.2.1.1	Citra Merek.....	75
4.2.1.2	Produk.....	76
4.2.1.3	Kepuasan Pelanggan.....	77
4.2.1.4	Kesiapan Untuk Membayar.....	78
4.2.2	Uji Outer Model.....	79
4.2.2.1	Uji Validitas.....	79
4.2.2.2	Uji Realibilitas.....	80
4.2.2.3	Average Variance Extracted (AVE).....	80

4.2.3	Uji Inner Model.....	81
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	82
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
BAB V PENUTUP.....		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	92
5.3	Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Jumlah Outlet Starbucks, Excelso dan Coffee Bean Di Indonesia	4
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	32
Tabel 3.1 : Kisi – kisi Kuesioner	61
Tabel 4.1 : Kategori Mean Dari Variabel Bebas dan Variabel Terikat	75
Tabel 4.2 : Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (CM)	75
Tabel 4.3 : Deskripsi Jawaban Responden Produk (P)	76
Tabel 4.4 : Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (KP)	77
Tabel 4.5 : Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kesiediaan Untuk Membayar (KM)	78
Tabel 4.6 : Uji Validitas Tahap I	79
Tabel 4.7 : Uji Validitas Tahap II	79
Tabel 4.8 : Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.9 : Uji Reliabilitas AVE	81
Tabel 4.10 : Nilai R Square	81
Tabel 4.11 : Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Penelitian Shahroudi dan Naimi	10
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Penelitian Neupane	13
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Penelitian Haverila dan Fehr	15
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Penelitian Anselmsson <i>et al</i>	17
Gambar 2.5 : Kerangka Pemikiran Penelitian Campbell <i>et al</i>	19
Gambar 2.6 : Kerangka Pemikiran Penelitian Chaudhuri dan Ligas	21
Gambar 2.7 : Kerangka Pemikiran Penelitian Demirgunes	23
Gambar 2.8 : Kerangka Pemikiran Penelitian Casidy dan Wymer	25
Gambar 2.9 : Kerangka Pemikiran Penelitian Albaity dan Melhem	27
Gambar 2.10 : Kerangka Pemikiran Penelitian Eunjoo Cho	29
Gambar 2.11 : Kerangka Pemikiran Penelitian Nyadzayo <i>et al</i>	31
Gambar 2.12 : Kerangka Pemikiran Penelitian Sekarang	51
Gambar 4.1 : Model Penelitian	82

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Gambar 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	72
Gambar 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Media Pembayaran	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Rekap Kuesioner

Lampiran 3 : Hasil Deskriptif Responden

Lampiran 4 : Output Uji Warp Pls



**PENGARUH CITRA MEREK DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SERTA KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR PADA COFFEE BEAN
DI SURABAYA**

Indra Setya Budi

Email : indrasetyabudi1988@gmail.com

Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.

Email : Soni@perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine factors influencing willingness to pay on Coffee Bean's customers. There are four constructs compiled into a structural model to explain willingness to pay level of Coffee Bean, i.e. brand image, product, customer satisfaction, and willingness to pay.

Data collection used convenience sampling method by randomly taking all customers that purchase Coffee Bean at Supermall Pakuwon Surabaya. There are 200 respondents would be analyzed in this research. The method analysis used in this research is partial least square (PLS) using the program WarpPLS 5.0.

The results showed that the overall proposed hypothesis was accepted except one hypothesis relationship between product to willingness to pay had no significant relationship. The limitation and suggestions for Coffee Bean as Coffee producer were also discussed at the end of this research.

Keywords : *Brand Image, Product, Customer Satisfaction, Willingness to Pay*