

**SKRIPSI**

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
PREFERENSI RASA KOPI STARBUCKS  
(Studi Eksperimen pada Mahasiswa FE Universitas  
Tarumanagara Jakarta)**



**DIAJUKAN OLEH**

**NAMA : THERESIA**

**NIM : 115150059**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2018**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : THERESIA  
NPM : 115150059  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
PREFERENSI RASA KOPI STARBUCKS  
(Studi Eksperimen pada Mahasiswa FE  
Universitas Tarumanagara Jakarta)

Jakarta, 20 Desember 2018

Pembimbing,



(Dr. Cokki, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : THERESIA  
NPM : 115150059  
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP  
PREFERENSI RASA KOPI STARBUCKS  
(Studi Eksperimen pada Mahasiswa FE  
Universitas Tarumanagara Jakarta)

Tanggal: 11 Januari 2019 Ketua Panitia :



(Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.M., M.A.)

Tanggal: 11 Januari 2019 Anggota Panitia :



(Dr. Cokki, S.E., M.M.)

Tanggal: 11 Januari 2019 Anggota Panitia :



(Dra. Yusbardini, M.E.)

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) THERESIA
- (B) PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP PREFERENSI RASA KOPI STARBUCKS (Studi Eksperimen pada Mahasiswa FE Universitas Tarumanagara Jakarta)
- (C) xv+ 93 hlm. 2018, 36 tabel ; 8 gambar ; 11 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak** : Penelitian ini meneliti pengaruh variabel ekuitas merek terhadap preferensi rasa kopi Starbucks. Desain penelitian ini adalah eksperimen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Partisipan adalah 53 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara di Jakarta. Perlakuan yang digunakan adalah 50 mililiter kopi Starbucks. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi rasa kopi Starbucks pada *blind test* tidak sama dengan preferensi rasa kopi Starbucks pada *non-blind test* dan ekuitas merek Starbucks berpengaruh positif terhadap preferensi rasa kopi Starbucks.
- (F) Daftar acuan 59
- (G) Dr. Cokki, S.E., M.M.

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

(A) THERESIA

(B) PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP PREFERENSI RASA KOPI STARBUCKS (Studi Eksperimen pada Mahasiswa FE Universitas Tarumanagara Jakarta)

(C) xv+ 93 hlm. 2018, 36 tabel ; 8 gambar ; 11 lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) ***Abstract** : This study examines the effect of brand equity on Starbucks' coffee taste preference. The design of this research is experiment. The sampling technique used convenience sampling. Participants are 53 undergraduate students of Faculty of Economics of Tarumanagara University in Jakarta. The treatment used is 50 milliliters Starbucks' coffee. Data were collected using questionnaire. The analysis used PLS-SEM. The result of this study indicates that Starbucks' coffee taste preference on blind tests are different from Starbucks' coffee taste preference on non-blind tests and Starbucks' brand equity has positive effect on Starbucks' coffee taste preference.*

(F) Daftar acuan 59

(G) Dr. Cokki S.E., M.M.