

**SKRIPSI**

***Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Brand  
Identification Serta Dampak nya Brand Loyalty Konsumen  
Terhadap Konsumen Starbucks di Jakarta***



**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : ALEXIUS ROBERTO**  
**NIM : 115159101**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**JAKARTA**

**2020**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ALEXIUS ROBERTO

NIM : 115159101

Program Studi : MANAJEMEN

**Judul Skripsi**

*Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Brand Identification Serta Dampak nya Brand Loyalty Konsumen Terhadap Konsumen Starbucks di Jakarta.*

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 29 Januari 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Keni, S.E., M.M.,Dr.
2. Anggota: Hendra Wiyanto, S.E.,M.E.

Jakarta, 29 Januari 2020

Pembimbing



(P.C HAPPY DARMAWAN, SE,M.M.)

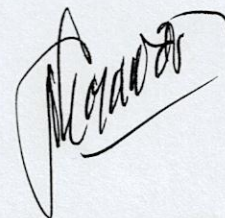
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ALEXIUS ROBERTO  
NIM : 115159101  
PROGRAM / JURUSAN : S-1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Brand Identification* Serta Dampak nya *Brand Loyalty* Konsumen Terhadap Konsumen Starbucks di Jakarta

Jakarta, 29 Januari 2020

Pembimbing



P.C Happy Darmawan, S.H., M.M.

## ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- (A) ALEXIUS ROBERTO (1151519101)
- (B) PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER BRAND IDENTIFICATION SERTA DAMPAKNYA BRAND LOYALTY KONSUMEN TERHADAP KONSUMEN STARBUCKS DI JAKARTA.*
- (C) xv + 57 halaman, 2020, 25 tabel, 8 gambar, 4 lampiran.
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstract:** *The purpose of this research is to examine whether Consumer Satisfaction affecting Consumer Brand Identification and the impact to Brand Loyalty to Starbucks' consumers in Jakarta The samples are 100 respondents by online questionnaires with the non-probability sampling technique with purposive sampling. Overall, the result of this study is Consumer Satisfaction, Consumer Brand Identification to brand Loyalty to Starbucks' Consumer in Jakarta.*

*Keywords: Customer Satisfaction, Customer Brand Identification, Brand Loyalty.*

- (F) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kepuasan Konsumen mempengaruhi Identifikasi Merek Konsumen dan dampaknya terhadap Loyalitas Merek pada Starbucks di Jakarta. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Starbucks di Jakarta. Sampel sebanyak 100 responden dengan kuesioner online & offline dengan Teknik sampling non-probability dengan purposive sampling. Secara keseluruhan, hasil dari penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen, Identifikasi Merek kepada Loyalitas Konsumen pada Starbucks di Jakarta.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Identifikasi Merek Konsumen, Loyalitas Merek.

- (G) Daftar Bacaan 20 (1952-2018)  
P.C Happy Darmawan, S.E., M.M