

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BRAND**

MINISO

SKRIPSI



Oleh :

**SINTA NUR HIDAYAH
NPM. 19042010019**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BRAND
MINISO

Disusun Oleh:

SINTA NUR HIDAYAH
NFM. 19042010019

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si.
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN

SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BRAND MINISO

Disusun Oleh :

SINTA NUR HIDAYAH

NPM. 19042010019

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Pengaji Skripsi
Progam Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 24 Februari 2023

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si
NIP. 196112241989031007

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota


Budi Prabowo, S.Sos, M.M
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sinta Nur Hidayah

NPM : 19042010019

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan
Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Brand Miniso**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 6 Maret 2023
Yang membuat pernyataan



Sinta Nur Hidayah
NPM. 19042010019

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Brand Miniso”.

Penulis menyadari bahwa selesainya penyusunan skripsi ini tidak jauh dari sang khaliq dan bantuan dari beberapa pihak. Penulis mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya terutama kepada selaku pembimbing Bapak Dr.Ir Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si. yang telah meluangkan waktu dengan memberikan arahan, motivasi, dan dukungan guna menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada pihak yang telah terlibat dan membantu mendukung penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos.,M.M, M.A. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu

pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Bapak Asis dan Ibu Nur Khatimah selaku orang tua penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan serta berkontribusi penuh baik dalam segi materiil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
5. Teman – teman, sahabat dan rekan sejawat serta pihak – pihak lain yang terlibat dalam pelaksanaan praktik dan penulisan laporan tugas akhir skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti hanya dapat mendoakan berbagai pihak yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan rahmat , balasan dan perlindungan dari Allah SWT.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya dan melindungi kita semua, aamiin.

Surabaya, Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.1.1 Definisi Pemasaran	16
2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....	17
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran	18
2.2.1.4 Bauran Pemasaran	19
2.2.2 Citra Merek.....	23
2.2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	23
2.2.2.2 Dimensi Pembentukan Citra Merek	24
2.2.2.3 Indikator Citra Merek	25
2.2.3 Harga	26
2.2.3.1 Definisi Harga.....	26

2.2.3.2 Indikator Harga	27
2.2.3.3 Tujuan Penetapan Harga.....	28
2.2.4 Produk	30
2.2.4.1 Definisi Produk.....	30
2.2.4.2 Definisi Kualitas Produk	31
2.2.4.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	32
2.2.4.4 Indikator Kualitas Produk.....	33
2.2.5 Kepuasan Konsumen	35
2.2.5.1 Definisi Kepuasan Konsumen	35
2.2.5.2 Indikator Kepuasan Konsumen	36
2.2.6 Loyalitas Pelanggan	37
2.2.6.1 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2.6.2 Faktor Yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	38
2.2.6.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	40
2.2.6.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	40
2.3 Hubungan antar Variabel.....	41
2.3.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen.....	41
2.3.2 Hubungan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen.....	42
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen.....	43
2.3.4 Hubungan antara Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	43
2.3.5 Hubungan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	44
2.3.6 Hubungan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan ..	45
2.3.7 Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	45
2.4 Kerangka Berpikir	46
2.5 Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	50

3.1	Jenis Penelitian	50
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.2.1	Definisi Operasional.....	51
3.2.2	Pengukuran Variabel	59
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	61
3.3.1	Populasi	61
3.3.2	Sampel	61
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	62
3.4	Teknik Pengumpulan Data	63
3.4.1	Jenis Data	63
3.4.2	Sumber Data	63
3.4.3	Pengumpulan Data	64
3.5	Teknik Analisis.....	64
3.5.1	Teknik Analisis.....	64
3.5.1.1	Uji Validitas.....	65
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	66
3.5.1.3	Asumsi Klasik.....	67
3.5.2	Uji Statistik.....	71
3.5.2.1	Uji t (Parsial)	71
3.5.2.2	Uji Koefisien Determinan (R^2)	73
3.6	Uji Hipotesis.....	73
3.6.1	Analisis Jalur (Path Analysis)	73
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	78
4.1.1	Profil PT Miniso Lifestyle Trading Indonesia	78
4.1.2	Logo Perusahaan PT Miniso Lifestyle Trading Indonesia...	80
4.1.3	Visi dan Misi	80
4.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	81
4.2	Deskripsi Penelitian.....	82
4.2.1	Deskriptif Karakteristik Responden	82
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	85

4.3	Analisis dan Hasil Penelitian.....	92
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	93
4.3.1.1	Uji Validitas.....	93
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	94
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	95
4.3.3	Uji Statistik.....	103
4.3.3.1	Uji T (Parsial)	103
4.3.3.2	Uji Koefisien Determinan (R^2)	106
4.3.3.3	Model Persamaan	107
4.4	Uji Hipotesis.....	108
4.4.1	Analisis Jalur	108
4.5	Pembahasan	111
4.5.1	Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z)	111
4.5.2	Pengaruh Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	111
4.5.3	Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	112
4.5.4	Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	113
4.5.5	Pengaruh Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)....	113
4.5.6	Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	114
4.5.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	115
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	124
5.1	Kesimpulan.....	124
5.2	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	128	
LAMPIRAN 1.....	132	
KUESIONER PENELITIAN.....	132	

LAMPIRAN 2.....	135
DATA JAWABAN RESPONDEN	135
LAMPIRAN 3.....	140
OUTPUT SPSS.....	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	48
Gambar 3 1Kurva Uji t (Parsial).....	72
Gambar 4.1 Logo Perusahaan PT Miniso Lifestyle Trading Indonesia	80
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	81
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dependent Variabel Y.....	99
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dependent Variabel Z.....	100
Gambar 4.5 Gambar Hasil Analisis Jalur	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Brand Award Kategori Toko Aksesoris.....	7
Tabel 3. 1 Skala Likert	60
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	77
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden	83
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Wilayah	84
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	85
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga (X2)	86
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3).....	88
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	89
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	93
Tabel 4.11 Hasil dari Uji Reliabilitas	94
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogrov Smirnov Y (Sub 1)....	95
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogrov Smirnov (Z) Sub 2.....	96
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas Sub 1	98
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas Sub 2	98
Tabel 4. 16 Uji Heteroskedastisitas Metode Glesjer Dependent Variabel Y	100
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas Metode Glesjer Dependent Variabel Z	101
Tabel 4.18 Hasil Uji Run Test (Y)	102
Tabel 4. 19 Hasil Uji Run Test (Z).....	103
Tabel 4.20 Tabel Uji t Sub Struktur 1.....	103
Tabel 4.21Tabel Uji t Sub Struktur 2.....	105
Tabel 4.22 Koefisien Determinan Sub Struktur 1.....	106
Tabel 4.23 Koefisien Determinan Sub Struktur 2.....	106
Tabel 4.24 Hasil Review dengan Jurnal Terdahulu.....	116

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BRAND MINISO

Sinta Nur Hidayah

**Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

sinta.nhidayah@gmail.com

Penelitian ini adalah studi tentang pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada brand miniso. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel intervening yaitu kepuasan konsumen. Pada penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk pada brand miniso berpengaruh kuat terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *path analysis* (Analisis Jalur). Sedangkan sampel dalam penelitian di tarik dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil dari populasi konsumen brand miniso. Hasil dari uji sobel menunjukkan bahwa citra merek dan harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening dimana keduanya memiliki nilai t hitung kurang dari t tabel. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, hal ini karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Perusahaan harus mampu untuk mempertahankan dan memberikan kualitas produk yang baik untuk menciptakan rasa puas dalam diri konsumen dan membuat konsumen bersifat loyal.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE IN BRAND MINISO

Sinta Nur Hidayah

*Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences
University of Pembangunan Nasional "Veteran" East Java*

sinta.nhidayah@gmail.com

This research is a study of the effect of brand image, price and product quality on customer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable on Miniso brand. The purpose of this research is to find out whether the variables of brand image, price and product quality affect customer loyalty through the intervening variable, namely customer satisfaction. In this study it is known that product quality at the Miniso brand has a strong influence on customer loyalty through customer satisfaction. The research method used is path analysis method. While the samples in this study were withdrawn using a purposive sampling method with a total sample of 100 respondents taken from the consumer population of the Miniso brand. The results of the Sobel test show that brand image and price have no effect on customer loyalty with consumer satisfaction as intervening variables where both have t count values less than t table. Product quality has an influence on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable, this is because the calculated t value is greater than the t table value. Brand image has no effect on customer loyalty. Price, product quality and consumer satisfaction have an influence on customer loyalty. Companies must be able to maintain and provide good product quality to create a sense of satisfaction in consumers and make consumers loyal.

Keywords: *Brand Image, Price, Product Quality, Consumer Satisfaction, Customer Loyalty.*