

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**AISYAH PUTRI YUNAJI  
19042010047**

**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 PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pada Konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya)**

**Disusun Oleh :**

**AISYAH PUTRI YUNAJI**

**NPM.19042010047**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**

  
**Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si**

**NIP. 370119500421**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**

**NPT. 368049400281**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP  
LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya)

Disusun Oleh :

**AISYAH PUTRI YUNAJI**

19042010047

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 24 Februari 2023

Menyetujui,

**PEMBIMBING**

Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si  
NIP. 370119500421

**TIM PENGGUJI**

1. Ketua

Ir. Lisa Sulistyawati, M.M.  
NIP.

2. Sekretaris

Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A  
NIP. 21119771204337

3. Anggota

Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si  
NIP. 370119500421

Mengetahui

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NPT. 368049400281

## **LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aisyah Putri Yunaji

NPM : 19042010047

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Loyalitas Melalui  
Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening  
(Studi pada Konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya)**

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, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Aisyah Putri Yunaji

NPM. 19042010047

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena telah melimpahkan berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya)”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan program Strata 1 di program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Dr. Jojok Dwiridhotjahjono, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan membantu penyusunan skripsi. Dan penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

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

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua penulis dan saudara selaku pendukung utama dan motivator yang selalu mendoakan dengan tulus untuk kesuksesan anaknya
5. Muhamad Mukrimun selaku teman spesial yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta motivasi kepada penulis
6. Teman-teman anggota Laboratorium Tax Center UPN Veteran Jawa Timur yang memberikan semangat dan dukungan kepada penulis
7. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2019 yang saling memberi support untuk lulus bersama
8. Dan untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dari segi teknis maupun penyusunannya, maka dengan kerendahan hati, penulis memohon kritik dan saran yang bersifat membangun lebih baik. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Februari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>Disusun Oleh : .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>13</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Landasan Teori.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1 Pemasaran .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.2 Persepsi Kualitas.....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.3 Citra Merek .....</b>	<b>34</b>
<b>2.2.4 Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>38</b>
<b>2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....</b>	<b>40</b>
<b>2.3 Hubungan antar Variabel.....</b>	<b>43</b>
<b>2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....</b>	<b>44</b>
<b>2.3.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan.....</b>	<b>45</b>
<b>2.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....</b>	<b>46</b>
<b>2.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ...</b>	<b>47</b>

<b>2.4 Kerangka Berfikir .....</b>	<b>47</b>
<b>2.5 Hipotesis .....</b>	<b>50</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>52</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
<b>    3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>    3.2.1 Definisi Operasional .....</b>	<b>52</b>
<b>    3.2.2 Pengukuran Variabel .....</b>	<b>56</b>
<b>    3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....</b>	<b>59</b>
<b>    3.3.1 Populasi.....</b>	<b>59</b>
<b>    3.3.2 Sampel.....</b>	<b>59</b>
<b>    3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....</b>	<b>61</b>
<b>    3.4 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>61</b>
<b>    3.4.1 Jenis Data.....</b>	<b>61</b>
<b>    3.4.2 Sumber Data.....</b>	<b>62</b>
<b>    3.4.3 Pengumpulan Data .....</b>	<b>63</b>
<b>    3.5 Teknik Analisis .....</b>	<b>64</b>
<b>    3.5.1 Analisis Data.....</b>	<b>64</b>
<b>    3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>66</b>
<b>    3.6 Uji Statistik .....</b>	<b>69</b>
<b>    3.6.1 Uji t (Parsial) .....</b>	<b>69</b>
<b>    3.6.2 Uji Koefisien Determinan (<math>R^2</math>).....</b>	<b>71</b>
<b>    3.7 Uji Hipotesis .....</b>	<b>72</b>
<b>    3.7.1 Analisis Jalur (Path Analysis).....</b>	<b>72</b>
<b>    3.8 Jadwal Penelitian.....</b>	<b>75</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>77</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
<b>    4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data .....</b>	<b>77</b>
<b>    4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>77</b>
<b>    4.1.2 Penyajian Data .....</b>	<b>80</b>
<b>    4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>93</b>
<b>    4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....</b>	<b>93</b>
<b>    4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>96</b>

<b>4.2.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) .....</b>	<b>100</b>
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>115</b>
<b>4.4 Matriks Hasil Penelitian .....</b>	<b>122</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>130</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>130</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>131</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>133</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>137</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Data dan Permintaan Ekspor.....	2
Tabel 1 2 TOP BRAND MIE INSTAN .....	8
Tabel 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
Tabel 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden .....	82
Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	83
Tabel 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	84
Tabel 4 5 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas (X1).....	85
Tabel 4 6 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2).....	87
Tabel 4 7 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	90
Tabel 4 8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	92
Tabel 4 9 Hasil Uji Validitas .....	94
Tabel 4 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	95
Tabel 4 11 Hasil Uji Normalitas.....	97
Tabel 4 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	98
Tabel 4 13 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	98
Tabel 4 14 Hasil Uji Linieritas .....	99
Tabel 4 15 Analisis Jalur Sub Struktur 1 .....	100
Tabel 4 16 Koefisien Determinan Sub Struktur 1.....	104
Tabel 4 17 Aalisis Jalur Sub Struktur 2.....	105
Tabel 4 18 Koefisien Determinan Sub Struktur 2.....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Berfikir .....	50
Gambar 4 1 Logo PT Indofood CBP Sukses Makmur .....	79
Gambar 4 2 Struktur PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk .....	79
Gambar 4 3 Hasil Uji Normalitas .....	96
Gambar 4 4 Kurva Uji T X1 terhadap Z .....	102
Gambar 4 5 Kurva Uji T X2 terhadap Z .....	104
Gambar 4 6 Kurva Uji T X1 terhadap Y .....	108
Gambar 4 7 Kurva Uji T X2 terhadap Y .....	109
Gambar 4 8 Kurva Uji T Z terhadap Y .....	110
Gambar 4 9 Koefisien Jalur .....	111

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1 Kuisioner Penelitian .....</b>	<b>137</b>
<b>Lampiran 2 Data Jawaban Responden .....</b>	<b>142</b>
<b>Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....</b>	<b>150</b>
<b>Lampiran 4 Ouput SPSS Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>154</b>
<b>Lampiran 5 Ouput SPSS Analisis Jalur (Path Analysis) .....</b>	<b>157</b>
<b>Lampiran 6 Ttabel .....</b>	<b>159</b>

## **ABSTRAK**

**AISYAH PUTRI YUNAJI, 19042010047, Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang tercipta dari persepsi kualitas dan citra merek terhadap tingkat loyalitas pelanggan pada produk Pop Mie yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Pop Mie di Rungkut, Surabaya dengan pengambilan sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling* (kriteria konsumen berusia 17-26 tahun dan berdomisili Rungkut), Surabaya). Analisis data menggunakan metode Analisis Jalur (*Path Analysis*). Hasil analisis menunjukkan bahwa 1. Persepsi kualitas, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, 2. Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Persepsi kualitas dan Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Persepsi Kualitas, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

## ***ABSTRACT***

**AISYAH PUTRI YUNAJI, 19042010047, *The Effect Of Perceived Quality and Brand Image On Loyalty Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Study On Pop Mie Consumers in Rungkut, Surabaya)***

*This study aims to analyze the influence created from perceived quality and brand image on the level of customer loyalty to Pop Mie products which is mediated by customer satisfaction. The population in this study were Pop Mie consumers in Rungkut, Surabaya with a sample of 100 respondents using a purposive sampling technique (consumer criteria aged 17-26 years and domiciled in Rungkut, Surabaya). Data analysis used the Path Analysis method. The results of the analysis is that 1. Perceived quality, brand image and customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty, 2. Customer satisfaction mediates the effect of perceived quality and brand image has a significant effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *Perceived Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*