

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Pelanggan Susu Bear Brand di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

DIFTA OCTAVIA SARIDEWI

NPM. 18042010066

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

2022

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Pelanggan Susu Bear Brand di Surabaya)

Disusun Oleh :

DIFTA OCTAVIA SARIDEWI
NPM: 18042010066

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



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

Mengetahui,

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Pelanggan Susu Bear Brand di Surabaya)

Disusun Oleh :

DIFTA OCTAVIA SARIDEWI

NPM. 18042010066

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Serta Dipublikasikan pada Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis
Syariah Volume 4 No. 6, Periode Desember 2022 (Terakreditasi Sinta 4)
Pada Tanggal 18 Maret 2022.**

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Ir. Rusdi Hidayat N. M.Si
NIP. 196112241989031007

TIM PENGUJI

1. Ketua



Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris



Dr. Jojok D. S.Sos. M.Si
NPT. 370119500421

3. Anggota



Dr. Ir. Rusdi Hidayat N. M.Si
NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UPN "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Drs. Ec. Gendul Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menuntaskan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Cita Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Susu Bear Brand di Surabaya)”**.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun proposal skripsi masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, baik dari materi maupun penyajiannya. Penyusunan skripsi tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Dr.Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyempatkan waktunya untuk membimbing serta mendukung dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec Gendut Sukarno, MS, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Dra. Siti Ning Farida, M.Si, sebagai Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Keluarga terutama Ayah yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
5. Sahabat dan teman dekat yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis untuk menrampungkan Skripsi ini.
6. Teman – teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2018.
7. Serta kepada seluruh responden yang membantu dalam kelancaran penelitian ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan Rahmat dan Karunia-NYA atas segala dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Jika ada kesalahan pada penulisan penelitian ini mohon di makhlumi karena masih minimnya pengalaman dan keterbatasan yang dimiliki penulis baik pengetahuan dan kemampuan. Maka dari itu perlu adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi pihak terkait dan bagi pembaca. Sekian dari penulis mengucapkan terimakasih

Surabaya, Maret 2022

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran.....	13
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.1.2 Strategi Pemasaran.....	13
2.2.2 Citra Merek	14
2.2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	14
2.2.2.2 Aspek-aspek Citra Merek	15
2.2.2.3 Dimensi Citra Merek	15
2.2.2.4 Indikator Citra Merek	17
2.2.3 Harga	17
2.2.3.1 Pengertian Harga	17
2.2.3.2 Konsep Harga	18
2.2.3.3 Indikator Harga.....	19
2.2.4 Kualitas Produk.....	20
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	20

2.2.4.2 Konsep Kualitas Produk	21
2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk	22
2.2.5 Kepuasan konsumen.....	23
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan konsumen	23
2.2.5.2 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	23
2.2.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	24
2.2.5.4 Indikator Kepuasan konsumen	25
2.2.6 Loyalitas Pelanggan	26
2.2.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	26
2.2.6.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	26
2.2.6.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	26
2.3. Pengaruh anatar Variabel	27
2.3.1 Pengaruh Citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.	27
2.3.2 Pengaruh Harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.	27
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen.....	27
2.3.4 Pengaruh Citra merek terhadap loyalitas pelanggan.....	28
2.3.5 Pengaruh Harga terhadap loyalitas pelanggan.	28
2.3.6 Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.	29
2.4. Kerangka Berpikir	30
2.5. Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.2.1 Definisi Operasional.....	32
3.2.1.1 Variabel Independen (X)	33
3.2.1.2. Variabel Intervening (Z)	34
3.2.1.3. Variabel Dependen (Y).....	35
3.3. Pengukuran Variabel	35
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	36

3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Sampel	36
3.4.3	Teknik penarikan Sampel	37
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1	Jenis Data	38
3.5.2	Sumber Data	39
3.5.3	Pengumpulan Data	39
3.6.	Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	39
3.6.1	Teknik Analisis Data	39
3.6.1.1.	Uji Validitas	40
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	42
3.6.1.3	Analisis Uji Asumsi Klasik	42
3.6.1.4	Uji Statistik	45
3.6.2	Uji Hipotesis	48
3.6.2.1	Analisis jalur (<i>Path Analysis</i>)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum dan Deskripsi Data	52
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1.1	Visi Misi Perusahaan	53
4.1.1.2	Logo Perusahaan	54
4.1.2	Stuktur Organisasi Gambar	55
4.1.3	Deskripsi Data	56
4.1.3.1	Deskripsi Karakteristik Responden	56
4.1.3.1.1	Jenis Kelamin	56
4.1.3.1.2	Usia Responden	57
4.1.3.1.3	Pekerjaan	58
4.1.3.1.4	Wilayah	59
4.1.3.2	Deskripsi Jawaban Responden	59
4.1.3.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Experiential Marketing (X1)	60
4.1.3.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2)	61
4.1.3.2.3	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3)	62

4.1.3.2.4	Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	63
4.1.3.2.5	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	64
4.2.	Analisis dan Uji Hipotesis	66
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	66
4.2.1.1	Uji Validitas	66
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	68
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	69
4.2.2.1	Uji Normalitas	69
4.2.2.2	Uji Multikolinieritas	70
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas	71
4.2.2.4	Uji Linieritas	72
4.2.3	Analisis Jalur dan Uji Hipotesis	73
4.2.3.1	Sub Struktur 1	73
4.2.3.1.1	Uji t	73
4.2.3.1.2	Uji Koefisien Determinan	74
4.2.3.2	Sub Struktur 2	75
4.2.3.2.1	Uji t	75
4.2.3.3	Uji Koefisien Determinasi Sub Struktur 2	76
4.2.4	Pengaruh Antar Variabel Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk	78
4.2.4.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen	78
4.2.3.2	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen	80
4.3.	Pembahasan	82
4.4.	Matriks Hasil Penelitian	87
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1.	Kesimpulan	90
5.2.	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index.....	3
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	58
Tabel 4.6 Deskripsi variabel Citra Merek (X1)	60
Tabel 4.7 Deskripsi variabel Harga (X2)	61
Tabel 4.7 Deskripsi variabel Kualitas Produk (X3)	62
Tabel 4.8 Deskripsi variabel kepuasan konsumen (Z)	64
Tabel 4.9 Deskripsi variabel loyalitas pelanggan	65
Tabel 4.10 Nilai VIF Variabel Bebas.....	70
Tabel 4. 11 Uji Linieritas	72
Table 4.12 Uji t Sub Struktur 1	73
Table 4.13 Koefisien Determinan Sub Struktur 1	74
Table 4.14 Uji t Sub Stuktur 2	75
Tabel 4.15 Matriks Hasil Penelitian.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Uji Normalitas	69
Gambar 4.2 Analisis Jalur	78

ABSTRAK

DIFTA OCTAVIA SARIDEWI, 18042010066, PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pelanggan Susu Bear Brand di Surabaya).

Kegiatan meneliti ini mempunyai tujuan guna memahami: (1) Pengaruh Citra merek kepada loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen, (2) Pengaruhnya Harga kepada loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen, (3) Pengaruhnya kualitas produk kepada loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen, (4) Pengaruhnya Citra merek terhadap loyalitas pelanggan, (5) Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, (6) Pengaruh kualitas produk kepada kesetiaan konsumen, dan (7) Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Metode kegiatan meneliti ini yaitu bermetodekan kuantitatif. Populasinya dalam kegiatan meneliti ini yakni seluruh konsumen yang membeli dan mengkonsumsi produk Susu Bear Brand di Kota Surabaya. Sedangkan sampel di kegiatan meneliti ini yaitu pelanggan yang mengkonsumsi produk Susu Bear Brand lebih dari satu kali di Kota Surabaya dengan kisaran usia 15 – 54 tahun dengan sampel yang ditentukan jumlahnya 100 orang. Teknik dalam menganalisis data yang dipakai adalah Path analysis atau analisis Jalur. Dengan hasil penelitiannya yakni variabel Citra merek (X1) membawa pengaruh positif dan signifikan kepada loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan konsumen (Z). Variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan konsumen (Z). Variabel Kualitas produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan konsumen (Z). Variabel Citra merek (X1) membawa pengaruh positif dan signifikan kepada loyalitas pelanggan (Y). Variabel Harga (X2) tidak membawa pengaruh positif dan tidak signifikan kepada loyalitas pelanggan (Y). Variabel Kualitas produk (X3) membawa pengaruh positif dan signifikan kepada loyalitas pelanggan (Y).

Kata kunci: Citra merek, Harga, Kualitas produk, Kepuasan konsumen, Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

DIFTA OCTAVIA SARIDEWI, 18042010066, EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE (Study on Bear Brand Milk Customers in Surabaya).

This study aims to determine: (1) the effect of brand image on customer loyalty through customer satisfaction, (2) the effect of price on customer loyalty through customer satisfaction, (3) the effect of product quality on customer loyalty through customer satisfaction, (4) the effect of brand image on customer loyalty, (5) The effect of price on customer loyalty, (6) The effect of product quality on customer loyalty, and (7) The effect of consumer satisfaction on customer loyalty. This research method uses quantitative methods. The population in this study are all consumers who buy and consume Bear Brand Milk products in the city of Surabaya. While the sample in this study were consumers who consumed Bear Brand Milk products more than once in the city of Surabaya with an age range of 15 - 54 years with a sample of 100 people. The data analysis technique used is Path analysis. With the results of the study that the brand image variable (X1) has a positive and significant effect on customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z). Price variable (X2) has a positive and significant effect on customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z). Product quality variable (X3) has a positive and significant effect on customer loyalty (Y) through customer satisfaction (Z). Brand image variable (X1) has a positive and significant effect on customer loyalty (Y). Price variable (X2) has no positive and insignificant effect on customer loyalty (Y). Product quality variable (X3) has a positive and significant effect on customer loyalty (Y).

Keywords: Brand image, price, product quality, consumer satisfaction, customer loyalty