

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK MINUMAN BERSODA SPRITE**

**(Studi Pada Konsumen di Kota Surabaya)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Fikia Siti Meisaroh**

**18042010077**

**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, DESAIN KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK MINUMAN BERSODA SPRITE**

**(Studi Pada Konsumen di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :

**FIKIA SITI MEISAROH**

**NPM. 18042010077**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi.**

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



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

**NIP. 196112241989031007**

Mengetahui,

**DEKAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, Ms, CHRA**

**NIP. 195807011987031001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN KEMASAN, DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA PRODUK MINUMAN BERSODA SPRITE  
(Studi Pada Konsumen di Kota Surabaya)**

Disusun Oleh :

**FIKIA SITI MEISAROH**  
NPM. 18042010077

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 24 Juni 2022.**

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



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

**TIM PENGUJI**

1. Ketua



**Dra. Sonja Andarini, M.Si.**  
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris



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


3. Anggota



**Dra. Lia Nirawati, M.Si.**  
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

**DEKAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA**  
NIP. 195807011987031001

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proposal Skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Desain Kemasan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Minuman Bersoda Sprite (Studi Pada Konsumen Di Kota Surabaya) “**.

Penulisan laporan ini disusun guna memenuhi persyaratan sesuai kurikulum Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan Tersusunnya laporan proposal ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr.Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si. selaku dosen pembimbing Laporan Proposal Skripsi dengan penuh perhatian dan kesabaran selalu memberikan dorongan dan semangat serta meluangkan waktu untuk penulis demi terselesaikannya laporan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dan membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Proposal Skripsi ini, diantaranya :

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

2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Adminiatriasi Bisnis Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial UPN “Veteran” Jawa Timur;
3. Seluruh Dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan wawasan ilmu pengetahuan sehingga penulis mengerti tentang Administrasi Bisnis.
4. Kedua orang tua penulis yang telah berkontribusi penuh baik dari segi material maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Proposal Skripsi.
5. Teman-teman seperjuangan Prodi Administrasi Bisnis angkatan 2018 yang selalu memeberikan dukungan, motivasi, semangat, dan saling mendoakan sehingga terciptanya kekompakan yang solid untuk menyelesaikan laporan proposal skripsi.

Akhirnya penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik sangat membantu penulis harapkan demi memperbaiki dan menyempurnakan penulisan yang selanjutnya, sehingga Laporan ini dapat lebih bermanfaat lagi.

Surabaya, Juni 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Pemasaran .....	14
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	14
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.1.3 Fungsi dan Peran Pemasaran.....	16
2.2.1.4 Konsep Pemasaran .....	17
2.2.1.5 Bauran Pemasaran.....	19
2.2.2 Citra Merek .....	22
2.2.2.1 Pengertian Citra Merek (Brand Image).....	22
2.2.2.2 Manfaat Citra Merek .....	23
2.2.2.3 Komponen citra merek.....	23
2.2.2.4 Indikator Citra Merek .....	24
2.2.2.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	25
2.2.3 Desain Kemasan.....	25
2.2.3.1 Pengertian Desain Kemasan .....	25
2.2.3.2 Fungsi Kemasan.....	26
2.2.3.3 Indikator Desain Kemasan .....	27
2.2.3.4 Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.2.4 Harga.....	28

2.2.4.1	Pengertian Harga.....	28
2.2.4.2	Peran Harga.....	29
2.2.4.3	Faktor dalam menyusun penetapan harga.....	30
2.2.4.4	Tujuan Penetapan Harga.....	32
2.2.4.5	Indikator Harga.....	33
2.2.4.6	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	34
2.2.5	Kepuasan Pelanggan.....	34
2.2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	34
2.2.5.2	Manfaat Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.5.3	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.5.4	Dampak Kepuasan Konsumen.....	37
2.2.5.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	38
2.2.5.6	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	39
2.2.5.7	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.....	40
2.2.6	Loyalitas Pelanggan.....	41
2.2.6.1	Pengertian loyalitas pelanggan.....	41
2.2.6.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi loyalitas pelanggan.....	41
2.2.6.3	Pembentukan Loyalitas Pelanggan.....	42
2.2.6.4	Indikator loyalitas pelanggan.....	43
2.3	Kerangka Berpikir.....	44
2.4	Hipotesis.....	47
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	49
3.2.1	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	53
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	55
3.3.1	Populasi.....	55
3.3.2	Sampel.....	55
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	57
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.4.1	Jenis Data.....	57
3.4.2	Sumber Data.....	58

3.4.3	Pengumpulan Data .....	58
3.5	Teknik Analisis Data.....	59
3.5.1	Uji Validasi .....	59
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	60
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	61
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas .....	62
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	63
3.5.3.4	Uji Linieritas .....	64
3.6	Uji Statistik dan Uji Hipotesis .....	64
3.6.1	Uji Statistik .....	64
3.6.1.1	Uji Parsial (Uji t).....	64
3.6.1.2	Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	67
3.6.2	Uji Hipotesis .....	68
3.6.2.1	Analisis Jalur (Path Analysis) .....	68
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>73</b>
4.1	Gambaran Obyek Penelitian dan Penyajian Data .....	73
4.1.1	Gambara Obyek Perusahaan .....	73
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan .....	73
4.1.1.2	Lahirnya Coca-Cola di Indonesia .....	76
4.1.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	78
4.1.1.4	Nilai Perusahaan .....	78
4.1.1.5	Lokasi Perusahaan.....	79
4.1.1.6	Sejarah Sprite .....	80
4.1.1.7	Sprite di Indonesia .....	83
4.1.2	Penyajian Data .....	87
4.1.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	87
4.1.2.1.2	Jenis Kelamin .....	87
4.1.2.1.3	Usia Responden.....	88
4.1.2.1.4	Asal Wilayah Surabaya .....	89
4.1.2.1.5	Pembelian Produk .....	90
4.1.2.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	91
4.1.2.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) .....	91
4.1.2.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Desain Kemasan ( $X_2$ ).....	92



4.1.2.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Harga ( $X_3$ ).....	94
4.1.2.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) .....	96
4.1.2.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ).....	97
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	99
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	99
4.2.1.1 Uji Validitas .....	99
4.2.1.2 Uji Reliabilitas .....	100
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	101
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	101
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas.....	103
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	104
4.2.2.4 Uji Linieritas .....	105
4.2.3 Analisis Jalur (Path Aanalysis) .....	106
4.2.3.1 Sub Struktur 1 .....	106
4.2.3.1.1 Uji t .....	108
4.2.3.1.2 Uji Koefisien Determinan .....	113
4.2.3.2 Sub Struktur 2 .....	114
4.2.3.2.1 Uji t .....	115
4.2.3.2.2 Uji Koefisien Determinan .....	121
4.2.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan .....	123
4.2.3.4 Pengaruh Desain Kemasan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan .....	124
4.2.3.5 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan .....	126
4.3 Pembahasan.....	127
4.4 Matriks Hasil Penelitian.....	133
BAB V PENUTUP .....	137
5.1 Kesimpulan .....	137
5.2 Saran .....	138
DAFTAR PUSTAKA .....	139
LAMPIRAN.....	144

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Kategori Minuman Bersoda.....	5
Tabel 3.1	Kriteria Penilaian Jawaban Kuesioner .....	54
Tabel 4.1	Daftar Harga Sprite di Indonesia .....	86
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	88
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Wilayah Surabaya .....	89
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pembelian Produk .....	90
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) .....	91
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Desain Kemasan ( $X_2$ ).....	93
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	94
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) .....	96
Tabel 4.10	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) .....	97
Tabel 4.11	Uji Validitas .....	99
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas .....	101
Tabel 4.13	Uji Normalitas.....	102
Tabel 4.14	Uji Multikolinieritas.....	104
Tabel 4.15	Uji Heteroskedastisitas.....	105
Tabel 4.16	Uji Linieritas .....	105
Tabel 4.17	Analisa Jalur Model 1 .....	106
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi Sub Struktur 1 .....	113
Tabel 4.19	Analisa Jalur Model 2 .....	114
Tabel 4.20	Koefisien Determinasi Sub Struktur 2 .....	121

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	46
Gambar 3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji T .....	67
Gambar 4.1	Loga Perusahaan .....	73
Gambar 4.2	Loga Coca-Cola Indonesia .....	76
Gambar 4.3	Logo Fanta .....	80
Gambar 4.4	Perkembangan Desain Kemasan Sprite .....	83
Gambar 4.4	Uji Normalitas .....	103
Gambar 4.5	Kurva Uji T Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) .....	109
Gambar 4.6	Kurva Uji T Variabel Desain Kemasan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) .....	111
Gambar 4.7	Kurva Uji T Variabel Harga ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) .....	112
Gambar 4.8	Kurva Uji T Citra Merek ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) .....	117
Gambar 4.9	Kurva Uji T Desain Kemasan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) .....	118
Gambar 4.10	Kurva Uji T Harga ( $X_3$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) .....	119
Gambar 4.11	Kurva Uji T Variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ) .....	120

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN 1 Kuesioner
- LAMPIRAN 2 Data Jawaban Responden
- LAMPIRAN 3 Hasil Output Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 4 Hasil Output Uji Asumsi Klasik
- LAMPIRAN 5 Hasil Output Path Analysis
- LAMPIRAN 6 T Tabel
- LAMPIRAN 7 Uji Plagiasi

## ABSTRAK

**FIKIA SITI MEISAROH, 18042010077, Pengaruh Citra Merek, Desain Kemasan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Minuman Bersoda Sprite (Studi Pada Konsumen di Kota Surabaya).**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta menganalisis pengaruh citra merek, desain kemasan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk minuman bersoda sprite. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Surabaya yang pernah membeli dan meminum produk Srite di Kota Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Desain kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Desain kemasan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek; Desain Kemasan; Harga; Loyalitas Pelanggan; Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT.**

**FIKIA SITI MEISAROH, 18042010077, The Effect Of Brand Image, Packaging Design, And Price On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable On Sprite Soda Products. (Study On Consumers in the Surabaya City).**

*This study aims to examine and analyze the effect of brand image, packaging design, and price on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on sprite soda products. The population in this study was the people of Surabaya City who had bought and drank Srite products in the city of Surabaya. The number of samples used in this study were 100 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling technique. This type of research uses descriptive quantitative. The results of this study indicate that brand image has a significant effect on customer satisfaction. Packaging design has a significant effect on customer satisfaction. Price has a significant effect on customer satisfaction, brand image has a significant effect on customer loyalty. Price has a significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. Brand image has no significant effect on customer loyalty through customer satisfaction. Satisfaction design has no significant effect on customer loyalty through customer satisfaction. Price has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.*

*Keywords: Brand Image; Packaging Design; Price; Customer loyalty; Customer satisfaction*