

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA PRODUK CIMORY YOGURT  
(Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**DIYA AYU RAHMAWATI**  
**NPM: 20042010009**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CUSTOMER EXPERIENCE*, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK  
CIMORY YOGURT (Studi Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)**

**Disusun Oleh:**

**DIYA AYU RAHMAWATI**

**NPM. 20042010009**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Pembimbing**

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

**NIP. 196009241993032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

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

**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CUSTOMER EXPERIENCE, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK  
CIMORY YOGURT  
(Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur)**

**Disusun Oleh:**

**DIYA AYU RAHMAWATI  
20042010009**

**Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 28 Maret 2024**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**

**TIM PENGUJI**

**1. Ketua**


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

  
**Dr. Jojok Dwiridotiahiono, S.Sos, M.Si  
NIP. 197011012021211004**

**2. Sekretaris**

  
**Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB  
NIP. 198910302020121007**

**3. Anggota**

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

**Mengetahui,  
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

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

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Diya Ayu Rahmawati

NPM : 20042010009

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CUSTOMER EXPERIENCE*  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA PRODUK CIMORY YOGURT  
(Studi Pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya 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 plagiarism dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku

Surabaya, 28 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



**Diya Ayu Rahmawati**  
NPM. 20042010009

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah Swt atas rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Customer Experience, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Cimory Yogurt (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur)”**

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu tugas akhir sebagai syarat kelulusan, Administrasi Bisnis FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Dalam proses persiapan, pembuatan dan penyelesaian skripsi ini penulis menemukan banyak sekali hambatan, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si, selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan dan saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kemudian dikesempatan ini saya selaku penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan 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 Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu selaku dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
4. Kedua orang tua dan keluarga besar yang senantiasa selalu memberikan cinta dan do'a, motivasi, semangat dan nasihat yang tiada hentinya diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Khususnya angkatan 2020, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Selain itu, dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan baik dari aspek teknik maupun aspek penyusunan. Oleh karena itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka atas saran dan kritik yang dapat membangun demi kebaikan di masa selanjutnya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca.

Surabaya, Maret 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori .....	22
2.2.1 Pemasaran .....	22
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	22
2.2.1.2 Konsep Inti Pemasaran .....	24
2.2.1.3 Bauran Pemasaran.....	28
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	32
2.2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	32

2.2.2.2	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	33
2.2.2.3	Model Perilaku Konsumen .....	34
2.2.3	Kualitas Produk.....	35
2.2.3.1	Pengertian Kualitas Produk .....	35
2.2.3.2	Dimensi Kualitas Produk .....	36
2.2.3.3	Indikator Kualitas Produk.....	38
2.2.4	<i>Customer Experience</i> .....	39
2.2.4.1	Pengertian <i>Customer Experience</i> .....	39
2.2.4.2	Dimensi Customer Eksperience.....	40
2.2.4.3	Indikator <i>Customer Experience</i> .....	42
2.2.4.4	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i> .....	43
2.2.5	Citra Merek.....	44
2.2.5.1	Pengertian Citra Merek .....	44
2.2.5.2	Fungsi Dan Peran Citra Merek.....	45
2.2.5.3	Faktor – Faktor Pembentuk Citra Merek.....	47
2.2.5.4	Indikator Citra Merek .....	48
2.2.6	Kepuasan Konsumen .....	49
2.2.6.1	Pengertian Kepuasan Konsumen .....	49
2.2.6.2	Indikator Kepuasan Konsumen.....	50
2.2.6.3	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	52
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	53
2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	53
2.3.2	Pengaruh <i>Customer Eksperience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	54
2.3.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	54



2.4 Kerangka Berpikir .....	55
2.5 Hipotesis .....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	57
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	57
3.2.1 Definisi Operasional .....	57
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	63
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	64
3.3.1 Populasi.....	64
3.3.2 Sampel .....	65
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	66
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	68
3.4.1 Jenis Data.....	68
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	69
3.5 Teknik Analisis Data .....	69
3.5.1 Uji Validitas.....	70
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	71
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	72
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	72
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	73
3.5.3.3 Uji Heteroskedatisitas .....	75
3.5.3.4 Uji Autokolerasi.....	76
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
3.5.5 Pengujian Hipotesis .....	78
3.5.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	78

3.5.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	80
3.5.6 Koefisien Determinasi .....	82
3.6 Waktu Penelitian.....	84
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>84</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	84
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan .....	84
4.1.2 Visi & Misi Perusahaan .....	86
4.1.3 Nilai –Nilai Perusahaan .....	87
4.1.4 Tata Kelola Perusahaan (Struktur Organisasi).....	87
4.2 Deskriptif Penelitian.....	88
4.2.1 Karakteristik Responden.....	88
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	89
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	90
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas.....	91
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	93
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian.....	96
4.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	97
4.2.2 Deskriptif Jawaban Responden.....	98
4.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	98
4.2.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer</i> Experience.....	103

4.2.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	109
4.2.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	112
4.3 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hopotesis .....	116
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Realibitas .....	116
4.3.1.1 Uji Validitas.....	116
4.3.1.2 Uji Realibilitas .....	118
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	120
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	120
4.3.2.2 Uji Multikolonieritas .....	122
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	123
4.3.2.4 Uji Autokolerasi.....	124
4.3.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	126
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	128
4.3.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)...	128
4.3.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	129
4.3.5 Uji Koefisien Determinasi .....	134
4.4 Pembahasan .....	136
4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	136
4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	137
4.4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	137
4.4.2.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	139
4.4.2.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan	

Konsumen.....	140
4.5 Matriks Hasil Penelitian.....	142
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>146</b>
5.1 Kesimpulan.....	146
5.2 Saran.....	147
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>150</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>152</b>
Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian.....	152
Lampiran 2 : Tabulasi Data Jawaban Responden.....	158
Lampiran 3 : Hasil Pengujian Hipotesis.....	172
Lampiran 4 : Hasil Uji Turnitin.....	178

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Top Brand Indeks Kategori Produk Yogurt 2021-2023.....	5
Gambar 1.2	Daftar Varian Produk Cimory Yogurt.....	6
Gambar 1.3	Kandungan Gula Pada Varian Rasa Produk Cimory Yogurt.....	7
Gambar 2.4	Kerangka Berpikir.....	55
Gambar 3.1	Kurva Uji F.....	80
Gambar 3.2	Kurva Uji t.....	82
Gambar 4.1	Logo perusahaan PT.Cisarua Mountain Dairy Tbk.....	84
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk.....	88
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas Bentuk Histogram.....	120
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas P – P Plot of Regreesion.....	121

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produksi Susu Segar di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Review Konsumen Produk Cimory Yogurt.....	8
Tabel 3.5	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	77
Tabel 3.6	Waktu Penelitian.....	83
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	89
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan.....	90
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas.....	91
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	93
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan pembelian	96
Tabel 4.6	karakteristik responden berdasarkan pengalaman pembelian.....	97
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	99
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Variabel Customer Experience.....	104
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	109
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	112
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas.....	117
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas.....	119
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolonieritas.....	122
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	124
Tabel 4.15	Hasil Uji Autokolerasi Menggunakan Durbin-Watson.....	125
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	126

Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	128
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	130
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	135
Tabel 4.20 Matriks Hasil Penelitian.....	142

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	152
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	158
Lampiran 3 Hasil Pengujian Hipotesis.....	172
Lampiran 4 Hasil Uji Turnitin.....	178



## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK CIMORY YOGURT (Studi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur)**

**DIYA AYU RAHMAWATI**

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

20042010009@student.upnjatim.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, *customer experience* dan citra merek terhadap kepuasan konsumen produk cimory yogurt. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur yang pernah melakukan pembelian atau mengonsumsi produk cimory yogurt. Sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden yang merupakan konsumen produk cimory yogurt mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berdanda, Uji t, Uji f dan Uji Koefisiensi Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, *customer experience* dan citra merek secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan memperoleh hasil  $f_{hitung}$  sebesar 96,221. Sedangkan secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan memperoleh hasil  $t_{hitung}$  sebesar 2,704, *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan memperoleh hasil  $t_{hitung}$  sebesar 8,385 dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk cimory yogurt pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dengan memperoleh hasil  $t_{hitung}$  sebesar 2,066.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, *Customer Experience*, Citra Merek, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, CUSTOMER EXPERIENCE AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION OF CIMORY YOGURT PRODUCTS (Study of Student UPN Veteran Jawa Timur)**

**DIYA AYU RAHMAWATI**

Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences,  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

20042010009@student.upnjatim.ac.id

This research aims to find out how much influence product quality, customer experience and brand image have on consumer satisfaction with Cimory yogurt products. The population used in this research were UPN Veteran Jawa Timur students who had purchased or consumed Cimory yogurt products. The sample in this study was 100 respondents, namely consumers of Cimory yogurt products for UPN Veteran Jawa Timur students. The sampling technique used in this research is a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. The type of research used in this research is associative research with a quantitative approach. Hypothesis testing used in this research includes Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, t Test, f Test and Coefficient of Determination Test. The results of this research show that product quality, customer experience and brand image simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction by obtaining a fcount of 96.221. Meanwhile, partially, product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction by obtaining a t-count of 2.704, customer experience has a positive and significant effect on consumer satisfaction by obtaining a t-count of 8.385 and brand image has a positive and significant effect on consumer satisfaction for Cimory yogurt products among students. UPN Veteran Jawa Timur obtained a t-count of 2.066.

**Keywords: Product Quality, Customer Experience, Brand Image, Consumer Satisfaction**