

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK
TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Dimas Maulana Putra

NPM. 20042010103

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

SURABAYA

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK
TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Dimas Maulana Putra

NPM. 20042010103

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 CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK
TEH PUCUK HARUM DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

Dimas Maulana Putra
NPM. 20042010103

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,


PEMBIMBING


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**




Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK TEH
PUCUK HARUM DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

Dimas Maulana Putra
NPM. 20042010103

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 16 Juli 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

TIM PENGUJI

1. Ketua

Nurul Azizah, S.AB., M.AB
NPT. 17219910501002

2. Sekretaris

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

3. Anggota

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032000

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Maulana Putra

NIM : 20042010103

Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : **Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Teh Pucuk Harum Di Surabaya**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 18 Juli 2024

Yang Menyatakan



(Dimas Maulana Putra)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Teh Pucuk Harum di Kota Surabaya." dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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.A. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi yang tak terhingga.

6. Teman-teman yang telah banyak membantu dan memberikan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 09 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Citra Merek	21
2.2.3 Kualitas Produk.....	25
2.2.4 Kepuasan Pelanggan	29
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.4 Kerangka Berpikir.....	36
2.5 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.2.1 Definisi Operasional	40
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	43
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	44

3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1	Jenis Data.....	46
3.4.2	Sumber Data.....	46
3.4.3	Pengumpulan Data	46
3.5	Teknik Analisis Data.....	47
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian	47
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.5.4	Uji Hipotesis	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Gambaran Obyek Penelitian dan Penyajian Data	54
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	56
4.1.3	Logo Perusahaan.....	57
4.2	Penyajian Data	58
4.2.1	Karakteristik Responden	58
4.2.2	Deskripsi Variabel – Variabel Penelitian.....	62
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	70
4.3.1	Uji Validitas	70
4.3.2	Uji Reabilitas	71
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
4.3.5	Uji Hipotesis	76
4.4	Pembahasan.....	79
4.4.1	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
4.4.2	Pengaruh Citra Merek Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan	80
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan	82
4.4.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
4.5	Matriks Hasil Penelitian Terdahulu	84
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Penghasil Teh Terbesar di Dunia	6
Gambar 1.2 Negara Pasar Teh Terbesar di Dunia Berdasarkan Nilai Penjualan (2022).....	7
Gambar 1.3 Market Share Teh Dalam Kemasan Siap Minum.....	8
Gambar 1.4 Top Brand Award Kategori Teh Dalam Kemasan Siap Minum.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	38
Gambar 3.1 Kurva Uji F	52
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	53
Gambar 4.1 Logo PT Mayora	57
Gambar 4.2 Hasil Uji Normaslitas	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Bobot Penilaian Skala Likert.....	9
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Variabel Citra Merek (X1).....	62
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X2).....	64
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	66
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	78
Tabel 4.16 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	84

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Teh Pucuk Harum di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen Teh Pucuk Harum yang ada di Surabaya. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, dan diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, analisis parsial mengungkapkan bahwa hanya kepuasan pelanggan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek dan kualitas produk, meskipun menunjukkan pengaruh positif, tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of brand image, product quality, and customer satisfaction on customer loyalty for Teh Pucuk Harum products in Surabaya City. This study employs a quantitative method approach. The population used in this study is consumers of Teh Pucuk Harum in Surabaya. The sample size in this study was determined using the Slovin formula, resulting in a required sample of 100 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that brand image, product quality, and customer satisfaction simultaneously have a significant effect on customer loyalty. However, partial analysis reveals that only customer satisfaction has a significant influence on customer loyalty. Brand image and product quality, although showing a positive influence, do not have a significant partial effect on customer loyalty.

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