

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada Outlet Es Teh Indonesia Gwalk Surabaya Barat)**

SKRIPSI



OLEH :
ALIFAH RAFIDAH PUTRI
NPM: 19024010018

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA**

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada Outlet Es Teh Indonesia Gwark Surabaya Barat)**

Oleh :

ALIFAH RAFIDAH PUTRI
NPM: 19024010018

Telah diterima
Desember 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Dr. Gyska Indah Harya, S.P., M.Agri
NPT. 17219910704008

Pembimbing Utama



Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., M.M.A
NPT. 21219860624284

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yulhati, M.P
NIP. 19620712-199103 2001

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Outlet Es Teh Indonesia Gwalk Surabaya Barat)

Oleh :

ALIFAH RAFIDAH PUTRI

NPM. 19024010018

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Desember 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Gyska Indah Harya, S.P., M.Agr

NPT. 17219910704008

Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., M.M.A

NPT. 21219860624284

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P

NIP. 196312081990032001

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P

NIP. 196207121991032001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul : Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Outlet Es Teh Indonesia Gwalk Surabaya Barat) menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, Desember 2024

Yang Membuat Pernyataan



ALIFAH RAFIDAH PUTRI

NPM. 19024010018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kepada kami untuk mendapatkan kesempatan menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Outlet Es Teh Indonesia Gwalk Surabaya Barat)”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu persyaratan dan kewajiban mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada program studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam penyusunan penelitian ini mengucapkan banyak terimakasih kepada Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., M.M.A selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Gyska Indah Harya, S.P., M.Agr selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberi pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan beliau, penulis belum mampu menyelesaikan penelitian ini dengan sempurna.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, M.M selaku Ketua Jurusan Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P selaku Dosen Wali selama berkuliah di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua atas dukungan moral, maupun material dan doa yang tak pernah putus.
6. Adik saya M. Hafizh Virendra yang selalu menemani dan menyemangati saya.
7. Mak Miya dan Bapak Maji yang sudah tenang di surga.
8. Semua pihak yang telah membantu baik dalam pelaksanaan maupun penulisan Skripsi

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat di harapkan. Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Desember 2024

Penulis

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Outlet Es Teh Indonesia Gwalk Surabaya Barat)

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, PROMOTION, LOCATION AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION (Case Study at the Gwalk Es Teh Indonesia Outlet West Surabaya)

Alifah Rafidah Putri, Gyska Indah Harya, Ida Syamsu Roidah

ABSTRAK

Permasalahan yang terjadi ialah keluhan pelanggan terhadap pelayanan saat membeli produk minuman di Outlet Es Teh Indonesia Gwalk. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor citra merek, harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Outlet Es Teh Indonesia Gwalk. Penelitian ini dilaksanakan di Outlet Es Teh Indonesia Gwalk Citraland, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis Structural Equation Model Partial Least Square (SEM PLS) dengan aplikasi Warp PLS versi 8.0. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki nilai p-value 0.003, harga nilai p-value <0.001, lokasi nilai p-value 0.014 dan kualitas pelayanan nilai p-value <0.001 dengan syarat nilai p-value kurang dari 0.05 yang menyatakan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel promosi memiliki nilai p-value tinggi yaitu 0.189 yang tidak memenuhi syarat karena memiliki nilai p-value lebih dari 0.05. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu variabel citra merek, harga, lokasi dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan promosi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen di Outlet Es Teh Indonesia Gwalk. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan Outlet Es Teh Indonesia Gwalk dapat mempertahankan citra merek, harga, lokasi produk yang di jual dengan cara menyesuaikan kebutuhan konsumen yang diperlukan mereka dan memberikan kualitas pelayanan yang lebih cepat dan tepat kepada pelanggan sehingga kepuasan konsumen pelanggan semakin meningkat.

Kata Kunci : *Es Teh Indonesia, kepuasan konsumen, SEM PLS*

ABSTRACT

Customer complaints regarding service occur when purchasing beverage products at the Gwalk Es Teh Indonesia Outlet. Several factors influence consumer satisfaction. The research examines how customer satisfaction at the Gwalk Es Teh Indonesia Outlet is impacted by aspects like as location, pricing, promotion, brand image, and service quality. This research was conducted at the Gwalk Citraland Es Teh Indonesia Outlet, Lakarsantri District, Surabaya City. This research use 100 respondents. The research method used is Structural Equation Model Partial Least Square (SEM PLS) analysis with the Warp PLS version 8.0 application. There were 100 responders in this research. The Warp PLS version 8.0 application is utilized in the Structural Equation Model Partial Least Square (SEM PLS) analytic study approach. Primary and secondary data are the types of data collected. The study's findings indicate that the variables that significantly impact consumer satisfaction are brand image (p-value = 0.003), price (p-value <0.001), location (p-value <0.014), and service quality (p-value <0.001), provided that the p-value is less than 0.05. However, because the promotion variable has a p-value of more than 0.05, it does not match the standards due to its high p-value of 0.189 The study draws the conclusion that, at the Gwalk Es Teh Indonesia Outlet, promotions have no effect on customer happiness, but brand image, pricing, location, and service quality do. Based on the findings of the study, the Gwalk Es Teh Indonesia Outlet can continue to sell its items at the same price and location while maintaining its brand image by responding to client demands and giving them faster, more accurate service in order to boost customer satisfaction.

Keywords : Es Teh Indonesia, customer satisfaction, SEM PLS

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiiiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Bauran Pemasaran (Grand Theory)	21
2.2.2 Citra Merek	23
2.2.3 Harga	28
2.2.4 Promosi.....	34
2.2.5 Lokasi	36
2.2.6 Kualitas Pelayanan	38

2.2.7 Kepuasan Konsumen.....	43
2.2.8 Es Teh Indonesia	45
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian dan Hipotesis.....	47
2.3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	47
2.3.2 Hipotesis.....	50
III. METODE PENELITIAN.....	51
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	51
3.2 Metode Penentuan Lokasi	51
3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel.....	51
3.4 Metode Pengumpulan Data	53
3.5 Metode Analisis Data	54
3.7 Jadwal Pelaksanaan.....	68
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Gambaran Wilayah Es Teh Indonesia Gwalk.....	69
4.1.1 Sejarah Es Teh Indonesia Gwalk.....	69
4.1.2 Lokasi Es Teh Indonesia Gwalk	70
4.1.3 Logo dan Makna Perusahaan	71
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	72
4.1.5 Struktur Organisasi Es Teh Indonesia Gwalk.....	73
4.2 Karakteristik Responden	74
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	74
4.2.2 Usia Responden.....	75
4.2.3 Alamat Responden.....	76
4.2.4 Pekerjaan Responden	77
4.2.5 Tingkat Pendidikan Responden.....	77

4.2.6 Pendapat Responden.....	78
4.2.7 Frekuensi Pembelian Responden	79
4.3 Hasil Analisis Data.....	80
4.3.1 Uji Validitas.....	80
4.3.2 Uji Reliabilitas	85
4.3.3 Uji Hipotesis	86
4.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	87
4.3.5 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	88
4.3.6 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	89
4.3.7 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	90
4.3.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	91
V. KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Perbandingan Harga Minuman Berbahan Dasar Teh Varian Original Tahun 2023.....	5
1.2	Data Penjualan Es Teh Indonesia Gwalk Surabaya (2020 - 2023)	7
3.3	Interpretasi Realibilitas Berdasarkan Cronbach's Alpha	61
3.4	Indikator Penelitian	67
5.3	Skala Likert	68
3.6	Agenda Penelitian.....	68
4.1	Nilai Loading Factor	81
4.2	Nilai Akar Kuadrat Average Variance Extracted (AVE)	84
4.3	Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	85
4.4	Hasil Analisis	87

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.1	Produksi Teh di Indonesia (ton) (2018-2023)	2
1.2	Konsumsi Teh Masyarakat Indonesia Per Kapita (2018-2023)	3
2.3	Bagan Kerangka Pemikiran.....	49
3.4	Tahapan Analisis SEM-PLS	56
3.5	Diagram Jalur SEM-PLS.....	58
4.6	Lokasi Es Teh Indonesia Gwalk Di Google Maps	70
4.7	Outlet Es Teh Indonesia Gwalk Pagi Hari	71
4.8	Outlet Es Teh Indonesia Gwalk Malam Hari	71
4.9	Logo Es Teh Indonesia.....	72
4.10	Struktur Organisasi Es Teh Indonesia Gwalk Surabaya.....	73
4.11	Grafik Pie Chart Jenis Kelamin Responden.....	74
4.12	Grafik Pie Chart Usia Responden	75
4.13	Grafik Pie Chart Alamat Responden	76
4.14	Grafik Pie Chart Pekerjaan Responden.....	77
4.15	Grafik Pie Chart Tingkat Pendidikan Responden	78
4.16	Grafik Pie Chart Pendapatan Responden	79
4.17	Grafik Pie Chart Frekuensi Pembelian Responden	79
4.18	Hasil Uji Hipotesis	86

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kritikan akun @Gandhooy di Twitter dan Surat Somasi dari Es Teh.....	104
2.	Promosi Es Teh Indonesia Chizu Day melalui Instagram.....	104
3.	Harga Es Teh Indonesia Pulau Jawa	105
4.	Ulasan Konsumen Es Teh Indonesia Melalui Media Sosial	106
5.	Kuesioner Penelitian	108
6.	Data Hasil Kuesioner	114
7.	Hasil Olah Data WarpPLS 8.0.....	117
8.	Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	119
9.	Foto Produk dan Tempat Es Teh Indonesia Gwalk	120