

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *CONTENT*

***MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Pada Roti Mox di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh:

AMELIA DWI LESTARI

NPM. 21042010074

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

2025

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *CONTENT*

MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Pada Roti Mox di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh:

AMELIA DWI LESTARI

NPM. 21042010074

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Roti Mox di Surabaya)**

Disusun Oleh:

AMELIA DWI LESTARI
NPM. 21042010074

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing Utama**


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik**


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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *BRAND IMAGE*, DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Roti Mox di Surabaya)**

Disusun Oleh:

AMELIA DWILESTARI
NPM. 21042010074

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 16 Juli 2025

Pembimbing Utama

Tim Penguji:

1. Ketua


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007


Nurul Azizah, S.AB., M.AB.
NIP. 199105012024062001

2. Sekretaris


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si.
NIP. 197206132021211003

3. Anggota


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amelia Dwi Lestari
NPM : 21042010074
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 16 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Amelia Dwi Lestari
NPM. 21042010074

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, puji syukur atas kehadiran-Nya, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Product Quality, Brand Image, Content Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Roti Mox di Surabaya)”**. Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga terselesaikan proposal skripsi ini.

Di kesempatan kali ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan 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, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, nasihat serta motivasi yang tidak ada hentinya kepada penulis.
5. Perusahaan Roti Mox yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

6. Teman-teman mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat.

Selain itu, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima saran dan kritik yang membangun untuk kedepannya.

Surabaya, Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Pemasaran	16
2.2.2. <i>Product Quality</i>	21
2.2.3. <i>Brand Image</i>	24
2.2.4. <i>Content Marketing</i>	26
2.2.5. Kepuasan Konsumen	29
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1. Hubungan <i>Product Quality</i> , <i>Brand Image</i> , dan <i>Content Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.3.2. Hubungan <i>Product Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen	32
2.3.3. Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.3.4. Hubungan <i>Content Marketing</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	34
2.4. Kerangka Berpikir	35
2.5. Hipotesis	36
METODE PENELITIAN	37
3.1. Jenis Penelitian	37
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2.1. Definisi Operasioal Variabel	38
3.2.2. Pengukuran Variabel.....	42

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	43
3.3.1. Populasi.....	43
3.3.2. Sampel	44
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	45
3.4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1. Data Primer	46
3.4.2. Data Sekunder.....	46
3.5. Teknik Analisis Data	47
3.5.1. Uji Validitas.....	47
3.5.2. Uji Reliabilitas	48
3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda	51
3.5.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.6. Uji Hipotesis.....	53
3.6.1. Uji Simultan (Uji F).....	53
3.6.2. Uji Parsial (Uji t).....	54
3.7. Waktu Penelitian	57
HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1. Profil Perusahaan	58
4.1.2. Logo Perusahaan.....	60
4.1.3. Produk Roti Mox	60
4.1.4. Media Sosial Instagram Roti Mox	62
4.2. Penyajian Data Hasil Penelitian	63
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden	63
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden.....	68
4.3. Hasil Penelitian.....	76
4.3.1. Uji Validitas.....	76
4.3.2. Uji Reliabilitas	79
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	79
4.3.4. Uji Analisis Linear Berganda	83
4.3.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	86

4.3.6. Uji Hipotesis	86
4.4. Pembahasan	89
4.4.1. Pengaruh <i>Product Quality</i> , <i>Brand Image</i> , dan <i>Content Marketing</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	89
4.4.2. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	90
4.4.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	91
4.4.4. Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	93
4.5. Matriks Hasil Penelitian	95
KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Roti Terbaik di Dunia	2
Tabel 1. 2 Data Nama Bakery di Surabaya	3
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	57
Tabel 4. 1 Cabang Roti Mox di Surabaya	59
Tabel 4. 2 Produk Roti Mox.....	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Cabang Roti Mox Yang Sering Dikunjungi	67
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Product Quality</i> (X1).....	68
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	71
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Content Marketing</i> (X3)	72
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i> (X1)	77
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Content Marketing</i> (X3).....	78
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4. 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear berganda.....	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	86
Tabel 4. 21 Hasil Uji F	87
Tabel 4. 22 Hasil Uji t	88
Tabel 4. 23 Matriks Hasil Penelitian.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Unggulan Roti Mox	4
Gambar 1. 2 Persentase Media Sosial	8
Gambar 1. 3 Instagram Roti Mox	10
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	54
Gambar 3. 2 Kurva Uji t.....	56
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	60
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	80
Gambar 4. 3 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	81
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83

ABSTRAK

**AMELIA DWI LESTARI, 21042010074, PENGARUH *PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, DAN CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Roti Mox di Surabaya)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Pemasaran Konten baik secara simultan maupun parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Roti Mox di Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan kriteria berkisar dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode non-probability sampling dengan menerapkan pendekatan purposive sampling. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengikut aktif Instagram @rotimox di Kota Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis data menggunakan program SPSS versi 30. Penelitian ini menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk, Citra Merek, dan Pemasaran Konten secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen produk Roti Mox di Surabaya. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk, Citra Merek, dan Pemasaran Konten secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen produk Roti Mox di Surabaya.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Pemasaran Konten, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

**AMELIA DWI LESTARI, 21042010074, THE INFLUENCE OF PRODUCT
QUALITY, BRAND IMAGE, AND CONTENT MARKETING ON
CUNSUMER SATISFACTION
(Studi On Roti Mox in Surabaya)**

This study aims to determine the significant effect of Product Quality, Brand Image, and Content Marketing both simultaneously and partially on Consumer Satisfaction on Roti Mox products in Surabaya. This type of research is associative research with a quantitative approach. Variable measurement uses a Likert scale with criteria ranging from strongly disagree to strongly agree. This sampling technique uses a non-probability sampling method by applying a purposive sampling approach. The population used in this study were active followers of Instagram @rotimox in Surabaya City with a sample size of 100 respondents. The data collection method used a questionnaire distributed to respondents who met the criteria. The data analysis technique used the SPSS version 30 program. This study states that the variables Product Quality, Brand Image, and Content Marketing simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction of Roti Mox products in Surabaya. The results of the study also showed that there was a positive and significant effect of Product Quality, Brand Image, and Content Marketing partially on Consumer Satisfaction of Roti Mox products in Surabaya.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Content Marketing, Customer Satisfaction