

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KOPI
GOOD DAY DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Muhammad Akmal Hudzaifah

NPM. 22042010240

**KEMENTERIAN PENDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KOPI
GOOD DAY DI SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun oleh :

MUHAMMAD AKMAL HUDZALFAH

NPM. 22042010240

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KOPI
GOOD DAY DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD AKMAL HUDZAIFAH

NPM. 22042010240

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

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

NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KOPI
GOOD DAY DI SURABAYA**


Disusun Oleh:

MUHAMMAD AKMAL HUDZAIFAH
NPM. 22042010240

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

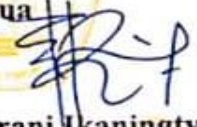
Menyetujui,

Pembimbing Utama



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

Tim Penguji

1. Ketua


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338

2. Sekretaris




Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota


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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Akmal Hudzaifah
NPM : 22042010220
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* 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/Tesis/Disertasi* 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, 22 Mei 2026
Yang membuat pernyat



Muhammad Akmal Hudzaifah
NPM. 22042010240

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 Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kopi Good Day di Surabaya." Dengan baik.

Banyak orang membantu, dan mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. 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. Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB sebagai dosen pembimbing yang telah mencurahkan pikiran, waktu, dan energi 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 sangat membantu dan meningkatkan motivasi 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 Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk memperbaiki skripsi ini karena masih jauh dari sempurna. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 22 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	25
2.2.1 Pemasaran.....	25
2.2.2 Citra Merek	28
2.2.3 Kualitas Produk.....	33
2.2.4 Kepuasan Pelanggan	37
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	43
2.3 Hubungan Antar Variabel	48
2.3.1 Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	48
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	49
2.3.3 Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan.....	50

2.3.4 Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan	51
2.3.5 Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	52
2.3.6 Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	53
2.3.7 Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	54
2.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	54
2.5 Kerangka Berpikir	55
2.6 Hipotesis.....	58
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1 Jenis Penelitian.....	59
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	60
3.2.1 Definisi Operasional.....	60
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	64
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	65
3.3.1 Populasi	65
3.3.2 Sampel.....	66
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	68
3.4 Teknik Pengumpulan Data	69
3.5 Teknik Analisis Data	70
3.5.1 Uji Validitas	71
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	72
3.5.3 Analisa Partial Least Square	72
3.5.4 Langkah Analisis PLS.....	79
3.5.5 Uji Hipotesis.....	84
3.5.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	85
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Analisis Hasil Penelitian	87
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	87

4.1.2 Penyajian Data.....	90
4.1.3 Analisa PLS.....	103
4.1.4 Uji Hipotesis.....	117
4.2 Pembahasan.....	121
4.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	121
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan...	123
4.2.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	125
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan....	126
4.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	128
4.2.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan.....	129
4.2.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan.....	131
4.3 Matriks Penelitian Terdahulu	133
4.4 Keterbatasan Penelitian	135
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	136
5.1 Simpulan.....	136
5.2 Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN.....	145

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2 Ukuran Skala Likert.....	65
Tabel 4. 1 Distribui Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	91
Tabel 4. 2 Ditribusi Responden Berdasarkan Usia.....	91
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Wilayah Kota Surabaya.....	92
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	93
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	96
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	98
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	101
Tabel 4. 8 Data Outer Loading.....	104
Tabel 4. 9 Data AVE.....	106
Tabel 4. 10 Hasil Cross Loading.....	107
Tabel 4. 11 Composite Reability.....	109
Tabel 4. 12 Cronbach's Alpha.....	109
Tabel 4. 13 UJI Variance Inflation Factor.....	110
Tabel 4. 14 Pengujian Koefisien Determinasi.....	111
Tabel 4. 15 F-Square.....	112
Tabel 4. 16 Tabel Q Square.....	113
Tabel 4. 17 Path Coefficients.....	114
Tabel 4. 18 Hasil Indirect Effects.....	116
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis.....	117
Tabel 1 Jadwal Penelitian.....	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Produsen Kopi Terbesar	2
Gambar 1. 2 Pendapatan Pasar Kopi Instan Indonesia	3
Gambar 1. 3 Top Brand Kopi Bubuk Instan	4
Gambar 2. 1 Kerangka Bepikir	57
Gambar 3. 1 Data BPS Penduduk Kota Surabaya.....	66
Gambar 4. 1 Produk Kopi Instan Good Day	88
Gambar 4. 2 Produk Ready to Drink Kopi Good Day	89
Gambar 4. 3 Logo Kopi Good Day	90
Gambar 4. 4 Outer Model	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	146
Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden Lampiran.....	153
Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban Responden	157
Lampiran 4. Letter of Acceptance (LoA).....	178
Lampiran 5. Surat Keterangan Hasil Pemeriksaan Tingkat Plagiarisme	180

ABSTRAK

Muhammad Akmal Hudzaifah, 22042010240, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kopi Good Day Di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk kopi Good Day di Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini diketahui jumlah populasi seluruh warga Surabaya sebanyak 3.018.022. Untuk penentuan sampel penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh warga Surabaya sebanyak 3.018.022 dengan menggunakan teknik rumus slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 156 responden. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan model PLS (Partial Least Squares). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening

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

ABSTRACT

Muhammad Akmal Hudzaifah, 22042010240, The Effect of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Coffee Products Good Day in Surabaya

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on Good Day coffee products in Surabaya. This study uses an associative research type with a quantitative approach. In this study, the population of all Surabaya residents is 3,018,022. To determine the sample, the author narrowed the population to the total number of Surabaya residents of 3,018,022 using the Slovin formula technique so that a sample of 156 respondents was obtained. In this study, data analysis was carried out using the PLS (Partial Least Squares) model. The results showed that the variables of brand image and product quality have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable.

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