

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KOMUNIKASI
MULUT KE MULUT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK
SONGKOK NASIONAL SURYA MAS DI KECAMATAN
PETERONGAN KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh :

NOVA ROSA INDRAWATI
NPM. 22042010018

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN 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, DAN KOMUNIKASI
MULUT KE MULUT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK
SONGKOK NASIONAL SURYA MAS DI KECAMATAN
PETERONGAN KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh :

NOVA ROSA INDRAWATI
NPM. 22042010018

**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, DAN KOMUNIKASI
MULUT KE MULUT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK
SONGKOK NASIONAL SURYA MAS DI KECAMATAN
PETERONGAN KABUPATEN JOMBANG**

Disusun Oeh:

NOVA ROSA INDRAWATI

NPM : 22042010018

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB

NPT. 21219920526338

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KOMUNIKASI
MULUT KE MULUT TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK
SONGKOK NASIONAL SURYA MAS DI KECAMATAN
PETERONGAN KABUPATEN JOMBANG**

Oleh :

NOVA ROSA INDRAWATI
NPM. 22042010018


**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 25 Juni 2026**

Pembimbing Utama



Maharani Ikaningtyas, SE, M.AB
NPT. 21219920526338

Tim Penguji

1. Ketua


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NIP. 197712042025211022

2. Sekretaris


Sumainah Fauziah., S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

3. Anggota


Maharani Ikaningtyas, SE, M.AB
NPT. 21219920526338

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 di bawah ini :

Nama : Nova Rosa Indrawati
NPM : 22042010018
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
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.

Dana 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 peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Surabaya, 30 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Nova Rosa Indrawati
NPM. 22042010018

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan Berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Komunikasi Mulut Ke Mulut terhadap Loyalitas Konsumen Produk Songkok Nasional Surya Mas di Kecamatan Peterongan Kabupaten Jombang”** dapat disusun dengan baik. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini banyak kekurangan-kekurangan, sehingga penulis tidak lepas dari bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB., selaku Dosen Pembimbing dengan segala arahan, masukan serta kesabarannya yang rela meluangkan waktu dalam proses penelitian ini. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Pemilik dan seluruh pihak UKM Songkok Nasional Surya Mas yang telah berkenan memberikan izin serta membantu penulis selama proses pelaksanaan penelitian.
5. Kedua orang tua penulis Ayah Andrie dan Ibu Zeni, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang selalu mengusahakan anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya meskipun mereka tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun mereka telah memberikan segalanya hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Penulis percaya doa-doa mereka lah yang selalu menyelamatkan dan menuntun penulis melewati masa-masa sulit.
6. Tak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada adik perempuan penulis, Putri Andrea Rohmana, yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, perhatian, serta keceriaan kepada penulis. Kehadiran dan dukungan menjadi salah satu sumber motivasi dan kekuatan bagi penulis dalam menghadapi setiap proses hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman seperjuangan, khususnya Aisa, Findi, Rista, Rani, Nurlailis, Nadia, Nasywa dan Natasya yang senantiasa kebersamai dalam proses penyusunan skripsi ini, saling memberikan dukungan dan penguatan, serta berbagai suka dan duka. Terima kasih atas kebersamaan, perhatian, dan semangat yang tidak pernah pudar.

8. Diri penulis, Nova Rosa Indrawati, yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Penulis menyadari bahwa tidak mudah untuk bertahan hingga berada di titik ini. Terima kasih karena telah tetap kuat, bertahan, dan terus berusaha meskipun sering kali merasa putus asa. Tetaplah menjadi pribadi yang mau berusaha dan tidak lelah untuk terus mencoba. *I'am proud of this achievement.*

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat membantu demi menyempurnakan proposal ini. Dengan segala keterbatasan yang ada, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Surabaya, Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pemasaran	21
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	21
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	22
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	22
2.2.1.4 Bauran Pemasaran	25
2.2.2 Citra Merek.....	26
2.2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	26
2.2.2.3 Indikator Citra Merek	30
2.2.3 Kualitas Produk.....	31

2.2.3.1	Pengertian Kualitas Produk	31
2.2.3.2	Indikator Kualitas Produk.....	32
2.2.4	Komunikasi Mulut ke Mulut.....	34
2.2.4.1	Pengertian Komunikasi Mulut ke Mulut	34
2.2.4.2	Indikator Komunikasi Mulut Ke Mulut.....	35
2.2.5	Loyalitas Konsumen	36
2.2.5.1	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	36
2.2.5.2	Indikator Loyalitas Konsumen	36
2.2.6	Hubungan Antar Variabel.....	37
2.3	Kerangka Berpikir	40
2.4	Hipotesis	41
BAB III	METODE PENELITIAN	43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Lokasi Penelitian	43
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
3.3.1	Definisi Operasional	44
3.3.2	Pengukuran Variabel.....	50
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	51
3.4.1	Populasi.....	51
3.4.2	Sampel	53
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel	55
3.5	Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5.1	Jenis Data.....	57
3.5.2	Sumber Data	57
3.5.3	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6	Teknik Analisis Data	58

3.6.1	Kualitas Data.....	59
3.6.1.1	Uji Validitas.....	59
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	60
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6.2.1	Uji Normalitas	61
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas.....	62
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas	63
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.6.4	Uji Hipotesis	65
3.6.4.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
3.6.4.2	Uji Simultan (F).....	66
3.6.4.3	Uji Parsial (t)	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Hasil Penelitian dan Penyajian Data.....	71
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan.....	71
4.1.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	73
4.1.1.3	Logo Perusahaan.....	74
4.1.1.4	Produk Perusahaan	75
4.1.2	Deskriptif Hasil Penelitian.....	80
4.1.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	80
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	84
4.2	Hasil Uji Instrumen	102
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	102
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	105
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	108

4.2.4 Uji Hipotesis	110
4.3 Pembahasan	116
BAB V PENUTUP.....	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN.....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	41
Gambar 4. 1 Logo Songkok Nasional Surya Mas.....	74
Gambar 4. 2 Songkok Polos Ac	76
Gambar 4. 3 Songkok Bordir	77
Gambar 4. 4 Songkok Susun.....	78
Gambar 4. 5 Songkok Custom	79
Gambar 4. 6 Model Regresi Linear Berganda	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Produk Songkok.....	2
Tabel 1.2	Daftar Kompetitor Merek Songkok di Kabupaten Jombang	7
Tabel 1.3	Penjualan produk Songkok Nasional Surya Mas Tahun 2025.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.2	Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2	Skala Likert.....	51
Tabel 3.3	Penjualan Produk Songkok Nasional Surya Mas Tahun 2025	52
Tabel 4.1	Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4.2	Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3	Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	82
Tabel 4.4	Klasifikasi Berdasarkan Status Penggunaan Produk	83
Tabel 4.5	Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian.....	85
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Item Variabel Citra Merek.....	85
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas Produk	89
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Item Variabel Komunikasi Mulut ke Mulut	94
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Item Variabel Loyalitas Konsumen.....	98
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas.....	103
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	106
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	107
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	108
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	108
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	111
Tabel 4.17	Hasil Uji F.....	112
Tabel 4.18	Hasil Uji t.....	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	130
Lampiran 2. Tabulasi Data Jawaban Responden	136
Lampiran 3. Hasil Output SPSS 27 Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	145
Lampiran 4. Hasil Output SPSS 27 Pengujian Asumsi Klasik	150
Lampiran 5. Hasil Output SPSS 27 Pengujian Regresi Linier Berganda	151
Lampiran 6. Hasil Output SPSS 27 Pengujian Hipotesis.....	152
Lampiran 7. Waktu Penelitian	153

ABSTRAK

NOVA ROSA INDRAWATI, PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KOMUNIKASI MULUT KE MULUT TERHADAP PRODUL SONGKOK NASIONAL SURYA MAS DI KECAMATAN PETERONGAN KABUPATEN JOMBANG.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan komunikasi mulut ke mulut secara parsial dan simultan terhadap loyalitas konsumen produk Songkok Nasional Surya Mas di Kecamatan Peterongan Kabupaten Jombang. Lokasi penelitian dilakukan pada Songkok Nasional Surya Mas di Kecamatan Peterongan Kabupaten Jombang dengan jumlah sampel sebanyak 91 responden yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Pengolahan data menggunakan software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 27 serta teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Uji t dan Uji F pada tingkat kepercayaan 95%. Hasil penelitian yang diperoleh untuk Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan komunikasi mulut ke mulut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Songkok Nasional Surya Mas, terbukti dari nilai F-hitung sebesar $285,354 > F\text{-tabel}$ sebesar 2,71 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,908 menunjukkan bahwa 90,8% variasi loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, kualitas produk, dan komunikasi mulut ke mulut, sedangkan sisanya sebesar 9,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Berdasarkan Uji t (Parsial), variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, terbukti dari nilai t-hitung sebesar $13,154 > t\text{-tabel}$ 1,662 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, terbukti dari nilai t-hitung sebesar $5,073 > t\text{-tabel}$ 1,662 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Sedangkan variabel komunikasi mulut ke mulut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, terbukti dari nilai t-hitung sebesar $3,114 > t\text{-tabel}$ 1,662 dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Komunikasi Mulut ke Mulut, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

NOVA ROSA INDRAWATI, THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND WORD-OF-MOUTH COMMUNICATION ON CONSUMER LOYALTY TOWARD SURYA MAS NATIONAL SONGKOK PRODUCTS IN PETERONGAN DISTRICT, JOMBANG REGENCY.

This study aims to determine the partial and simultaneous effects of brand image, product quality, and word-of-mouth communication on consumer loyalty toward Surya Mas National Songkok products in Peterongan Subdistrict, Jombang Regency. The research was conducted at Surya Mas National Songkok in Peterongan Subdistrict, Jombang Regency, with a sample size of 91 respondents obtained through purposive sampling. Data processing was performed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software, and data analysis employed multiple linear regression analysis. Hypothesis testing was conducted using the t-test and F-test at a 95% confidence level. The results of the F-test (simultaneous) indicate that brand image, product quality, and word-of-mouth communication collectively have a significant effect on consumer loyalty toward Surya Mas National Songkok products in Peterongan Subdistrict, Jombang Regency. Based on the t-test (partial), the brand image variable has a positive and significant effect on consumer loyalty. The product quality variable has a positive and significant effect on consumer loyalty. Meanwhile, the word-of-mouth communication variable also has a positive and significant effect on consumer loyalty toward Surya Mas National Songkok products in Peterongan Subdistrict, Jombang Regency.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Word-of-Mouth Communication, Consumer Loyalty.*