

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PRODUK INDOMIE DI SUPERINDO
KECAMATAN BABELAN, KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Dimas Priyo Anggoro

(201810325020)



**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi

Nama Mahasiswa : Dimas Priyo Anggoro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325020

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Jakarta, 20 Juli 2022

Menyetujui,

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. John Edward Harly Jacob FoEh, IPU

NIDN : 0017115817

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi

Nama Mahasiswa : Dimas Priyo Anggoro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325142

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.SC., M.BA

NIDN 0310036407

Penguji I : Dewi Sri Wulandari, S.E., M.SC

NIDN 0303017106

Penguji II : Prof. Dr. Ir. John Edward Harly Jacob FoEh, IPU

NIDN 0017115817

MENGETAHUI,

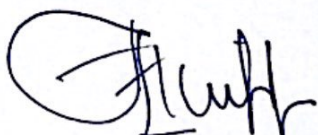
Ketua Program Studi

Dekan

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Hadita, S. Pd, M.M
NIDN 0329048302


Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi” adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 20 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Dimas Priyo Anggoro

201810325020

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen melalui variabel intervening yaitu kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dengan menggunakan kuesioner. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengunjungi Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi Indomie yang rata-rata berjumlah 580 pengunjung dalam sebulan. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 221 responden dihitung menggunakan tabel penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael*. Metode analisa menggunakan Analisis Deskriptif Kuantitatif, Analisis Regresi Linier Berganda dan Analisis Jalur. Data diolah menggunakan *software* analisis data SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan citra merek, kualitas produk dan kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi.

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, promosi, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the independent variables, namely brand image, product quality and promotion on the dependent variable, namely consumer loyalty through the intervening variable, namely customer satisfaction. This research was conducted in Superindo, Babelan District, Bekasi Regency. The method used in this study is a quantitative method. The data used in this study is primary data using a questionnaire. The sampling method in this study used the Accidental Sampling technique. The population of this research is all consumers who visit Superindo, Babelan District, Bekasi Indomie Regency, which an average of 580 visitors in a month. The number of samples used in this study was 221 respondents calculated using the table for determining the number of samples developed by Isaac and Michael. The method of analysis uses Descriptive Quantitative Analysis, Multiple Linear Regression Analysis and Path Analysis. The data was processed using SPSS version 25 data analysis software. The results of this study indicate that brand image, product quality and promotion simultaneously or partially have a positive and significant effect on consumer satisfaction, while brand image, product quality and customer satisfaction partially have a positive and significant effect on consumer loyalty of Indomie products in Superindo, Babelan District, Bekasi Regency.

Keywords: *consumer loyalty, brand image, product quality, promotion and consumer satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi”** untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Muda jurusan Manajemen Jenjang Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna untuk dapat dikatakan sebagai suatu karya ilmiah dalam arti sesungguhnya. Sebab untuk dapat menulis skripsi yang sesungguhnya, setidaknya dituntut adanya bekal ilmu atau keahlian yang memadai dan ditunjangnya studi yang mendalam, serta pengamatan yang cermat. Walaupun demikian, apa yang penulis tuangkan dalam penulisan ini adalah hasil usaha terbaik yang penulis kuasai.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapat banyak dorongan dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Zeinyta Azra Haroen, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Prof. Dr. Ir. John Edward Harly Jacob FoEh, IPU selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan kesediaan waktu untuk bimbingan, arahan, masukan, nasihat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

7. Bapak Wagimin dan Ibu Saenah selaku kedua orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun materi yang sangat berarti bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh responden dan konsumen produk Indomie di Superindo Kecamatan Babelan, Kabupaten Bekasi yang membantu berjalannya skripsi yang sedang dilakukan.
9. Sahabat serta teman seperbimbingan skripsi, Allya Damayanti dan Rifdah Thifal Nur Aini yang saling membantu dan berbagi ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat serta teman seperjuangan skripsi, Agung Ahmad Saputra, Dimas Agung Riyadi dan Muhammad Khatami, yang selalu saling membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat serta teman seperjuangan skripsi, An Nisaa' Rizka Wahyuni, Lala Rosmala, Sarah Safira dan Yesi Septiani yang selalu saling membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Ade Saputra, Javier Ridho Reynaldi, dan Oki Diwali teman-teman sepermainan dan kuliah yang memberikan dukungan kepada penulis selama perkuliahan.
13. Anisa Feby Yana, Fikki Cahyani, Hana Sabrina Fauziah dan Thia Violenta teman-teman sepermainan dan kuliah yang memberikan dukungan kepada penulis selama perkuliahan.
14. Teman-teman kelas 8-A1 Manajemen yang menjadi tempat berbagi ilmu pengetahuan serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2018 serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu secara langsung.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas doa, bimbingan, dukungan, saran dan apapun sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dan semoga diberikan balasan oleh Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam penyusunan dan penyajiannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan tugas akhir ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis khususnya, pembaca pada umumnya dan perusahaan tersebut.

Jakarta, Juli 2022

Penulis



Dimas Priyo Anggoro

NPM : 201810325020



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Citra Merek.....	9
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	9
2.1.2 Indikator Citra Merek	9

2.2 Kualitas Produk	11
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	12
2.3 Promosi.....	13
2.3.1 Pengertian Promosi	13
2.3.2 Indikator Promosi	13
2.4 Loyalitas Konsumen.....	14
2.4.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	14
2.4.2 Indikator Loyalitas Konsumen.....	15
2.5 Kepuasan Konsumen.....	16
2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	16
2.5.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	17
2.7 Kerangka Pemikiran.....	23
2.8 Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Tahapan Penelitian	25
3.3 Model Konseptual	27
3.4 Operasional Variabel	29
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	32
3.5.1 Waktu Penelitian.....	32
3.5.2 Tempat penelitian	32
3.6 Jenis dan Sumber Data	32
3.7 Metode Pengambilan Sampel.....	33

3.7.1 Populasi.....	33
3.7.2 Sampel	33
3.8 Teknik Pengumpulan Data	34
3.9 Metode Analisis Data	35
3.10 Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.10.1 Uji Validitas.....	36
3.10.2 Uji Reliabilitas	36
3.11 Uji Asumsi Klasik	36
3.11.1 Uji Normalitas.....	36
3.11.2 Uji Multikolinearitas.....	37
3.11.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.12 Metode Regresi Linier Berganda.....	38
3.13 Analisis Jalur.....	38
3.14 Uji Simultan (F).....	39
3.15 Uji Parsial (t)	40
3.16 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB IV	41
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Sejarah Produk Indomie.....	41
4.1.2 Logo Indomie.....	42
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	42
4.2 Deskripsi Data	43
4.2.1 Penyebaran Kuesioner	43
4.2.2 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44

4.2.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	45
4.2.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi	45
4.2.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menkonsumsi Indomie .	46
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	47
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	51
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Normalitas	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	54
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	55
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.6 Hasil Uji Analisis Jalur	60
4.6.1 Citra Merek	61
4.6.2 Kualitas Produk	61
4.6.3 Promosi	62
4.7 Hasil Uji Simultan (F)	62
4.8 Hasil Uji Parsial (t)	63
4.8.1 Uji Hipotesis Kedua	64
4.8.2 Uji Hipotesis Ketiga	64
4.8.3 Uji Hipotesis Keempat	65
4.8.4 Uji Hipotesis Kelima	65
4.8.5 Uji Hipotesis Keenam	65
4.8.6 Uji Hipotesis Ketujuh	65
4.8.7 Uji Hipotesis Kedelapan	66
4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	68

4.10.1 Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen (H1).....	68
4.10.2 Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen (H2).....	68
4.10.3 Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (H3)	69
4.10.4 Promosi terhadap Kepuasan Konsumen (H4).....	69
4.10.5 Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen (H5)	69
4.10.6 Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (H6)	70
4.10.7 Promosi terhadap Loyalitas Konsumen (H7).....	70
4.10.8 Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen (H8).....	70
BAB V.....	71
PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
5.3 Implikasi Manajerial.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data <i>Top Brand Award</i> Produk Mie Instan Periode 2020-2022.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	30
Tabel 3. 2 Tabel Penentuan Jumlah Sampel <i>Isaac</i> dan <i>Michael</i> untuk Tingkat Kesalahan 1%, 5% dan 10 %	34
Tabel 3. 3 Skala Penelitian <i>Likert</i>	35
Tabel 4. 1 Proses Pembagian dan Penerimaan Kuesioner	43
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Profesi.....	46
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Lama Menkonsumsi Produk Indomie	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1).....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	59

Tabel 4. 16 Hasil Uji F Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji t Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
Tabel 4. 18 Hasil Uji t Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	64
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Dengan Jumlah Permintaan Mie Instan Terbanyak di Dunia	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian	28
Gambar 4. 1 Logo Indomie	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	53
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	54
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	56
Gambar 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	57
Gambar 4. 6 Model Struktural Analisis Jalur.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Plagiarisme
2. Uji Referensi Skripsi
3. Kuesioner Penelitian
4. Tabulasi Hasil Kuesioner
5. Hasil Uji Statistik SPSS 25
6. Tabel r
7. Tabel Distribusi t
8. Tabel Distribusi F
9. Daftar Riwayat Hidup
10. Kartu Bimbingan

