

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP  
DENGAN LOYALITAS KONSUMEN SEBAGAI  
INTERVENING  
(STUDI DI UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

Putri Disty Kholipah

201910325298



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Intervening (Studi Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya )

Nama Mahasiswa : Putri Disty Kholipah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325298

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis.

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023



Prof . Dr. Ir. Hapzi Ali, MM. CMA., MPM

NIDN : 0012016601

Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA

NIDN : 0309048102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Intervening (Studi Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Putri Disty Kholipah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325298

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis.

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Pembimbing

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

Sekretaris : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T.,M.M

NIDN : 0329017202

Penguji : Prof . Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN : 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Dekan

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN 0329048302

  
Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA

NIDN 031003640

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Intervening (Studi Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)" adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali kutipan yang digunakan sebagai referensi yang sumbernya telah disebutkan dengan jelas sesuai dengan aturan penulisan karya ilmiah.

Apabila di masa depan terungkap adanya pelanggaran dalam skripsi ini, saya siap menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk meminjam dan membuat salinan skripsi ini.

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

Jakarta, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

  
  
Putri Disty Kholipah

201910325298

## **ABSTRAK**

Putri Disty Kholipah 201910325298. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Intervening (Studi Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik asosiatif kausal, melibatkan 200 responden yang merupakan konsumen Mie Sedaap di lingkungan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Data dianalisis menggunakan program SPSS versi 25 dan SmartPLS versi 4.0. Sebelum analisis data dilakukan, peneliti melakukan pilot study dengan melibatkan 30 responden untuk mengevaluasi validitas penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan adanya variabel yang saling berpengaruh atau tidak berpengaruh, seperti yang dijelaskan berikut ini: 1) Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian ; 2) Kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas konsumen ; 3) Citra merek memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian ; 4) Citra merek juga berpengaruh kuat terhadap loyalitas konsumen ; 5) Pengaruh loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian lemah ; 6) Mediasi variabel Loyalitas Konsumen antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian signifikan ; 7) Mediasi variabel Loyalitas Konsumen antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Konsumen, Keputusan Pembelian, Mie Sedaap

## **ABSTRACT**

*Putri Disty Kholipah 201910325298. The Influence of Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions of Sedaap Noodles with Consumer Loyalty as Intervening (Study at Bhayangkara University, Jakarta Raya).*

*This study aims to investigate the impact of product quality and brand image on purchasing decisions through consumer loyalty. The research method used is quantitative with causal associative techniques, involving 200 respondents who are consumers of Mie Sedaap at Bhayangkara University, Jakarta Raya. Data were analyzed using SPSS version 25 and SmartPLS version 4.0. Before data analysis was carried out, the researcher conducted a pilot study involving 30 respondents to evaluate the validity of this study using the help of the SPSS version 25 program. The results showed that there were variables that had or did not influence each other, as explained below: 1) product quality and purchasing decisions ; 2) Product quality has a very strong influence on consumer loyalty; 3) Brand image has a very strong influence on purchasing decisions; 4) Brand image also has a strong influence on consumer loyalty; 5) The effect of consumer loyalty on purchasing decisions is weak; 6) Mediating variable of Consumer Loyalty between Brand Image and Purchase Decision is significant; 7) Mediating variable Consumer Loyalty between Product Quality and Purchase Decision is significant.*

*Keywords:* *Product Quality, Brand Image, Consumer Loyalty, Purchase Decision, Mie Sedaap*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Intervening (Studi Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**". Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang disusun masih belum sempurna dan belum dapat dianggap sebagai karya ilmiah yang sebenarnya. Namun, apa yang tertuang dalam skripsi ini merupakan hasil terbaik dari kemampuan penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Hasanuddin, S.I.P., M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik, penulis berterima kasih atas motivasi dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, M.M, CMA, MPM selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing 2, penulis berterima kasih atas bimbingan, saran, dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
6. Bapak Hari Teriyanto dan Ibu Sarmiyanti selaku orang tua penulis yang telah memberikan doa, dukungan moral, dan dukungan finansial yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

7. Seluruh Dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berbagi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi ini, Cindy Febya Riska, Ilmi Nabilah, dan Julietha Linda Sari Fortuna Nathalia, yang memberikan dukungan yang luar biasa, saling mendukung, dan semangat yang tinggi dalam mengerjakan skripsil ini.
9. Teman berbagi cerita, Andini Adhistiana, Fitria Ayu Damar Kencana, Nia Nadia Hasiwi dan Lauranika, yang selalu memberikan dukungan dan bantuin sebagai teman yang membantu selama pengerjaan skripsi ini.
10. Teman sekelas 8-A4 Manajemen dan teman sepermainan dalam perkuliahan penulis, yaitu EXO-L, Jompang, Saung Goks, Mendoan Club, dan The Pentry, yang memberikan dukungan, semangat, serta menjadi tempat berbagi pengetahuan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada seluruh anggota group EXO, NCT dan Treasure yang telah menjadi motivasi penulis secara tidak langsung agar tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini melalui karya-karya mereka.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik dari pembaca.

Jakarta, 24 Juli 2023



Putri Disty Kholipah

201910325298

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang.....	1
1.2.    Perumusan Masalah.....	7
1.3.    Tujuan Penelitian.....	7
1.4.    Manfaat Penelitian.....	8
1.5.    Batasan Masalah.....	9
1.6.    Sistematik Penulisan.....	9
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1.    Kualitas Produk.....	11

2.1.1.	Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.2.	Faktor - Faktor Kualitas Produk.....	12
2.1.3.	Indikator Kualitas Produk.....	14
2.2.	Citra Merek.....	16
2.2.1.	Pengertian Citra Merek.....	16
2.2.2.	Dimensi Citra Merek.....	17
2.2.3.	Indikator Citra Merek.....	18
2.3.	Keputusan Pembelian.....	19
2.3.1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.3.2.	Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.3.3.	Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.4.	Loyalitas Konsumen.....	23
2.4.1.	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	23
2.4.2.	Tahapan Loyalitas Konsumen.....	24
2.4.3.	Indikator Loyalitas Konsumen.....	25
2.5.	Telaah Empiris.....	27
2.6.	Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.7.	Kerangka Konseptual.....	33
2.8.	Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1.	Desain Penelitian.....	35

3.2.	Tahapan Penelitian.....	35
3.3.	Model Konseptuan Penelitian.....	37
3.4.	Operasional Variabel.....	38
3.5.	Objek dan Waktu Penelitian.....	40
3.6.	Model Pengambilan Populasi dan Sampel.....	40
3.7.	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.8.	Metode Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>50</b>
4.1.	Gambaran Umum.....	50
4.2.	Deskripsi Data.....	53
4.3.	Hasil Analisis Data.....	57
4.4.	Pembahasan.....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>80</b>
5.1.	Kesimpulan.....	80
5.2.	Implikasi Manajerial.....	81
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Indikator Variabel.....	39
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa S1 Aktif Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.	41
Tabel 3.3 Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Fakultas.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Angkatan.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	56
Tabel 4.5 Hasil Outer Loading.....	59
Tabel 4.5 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	60
Tabel 4.7 Hasil Composite Reliability & Crobanch Alpha.....	61
Table 4.6 Hasil Cross Loading.....	62
Table 4.7 Hasil R-square.....	64
Table 4.8 Hasil Effect Size (F-Square).....	65
Table 4.9 Hasil Q-Square.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur).....	67
Table 4.11 Hasil Specific Indirect Effects (Analisis Mediasi).....	70
Tabel 4.12 Ringkasan Hipotesis.....	79

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Jenis Makanan Instan Yang Di Gemari Masyarakat.....	1
Gambar 1.2 Data Jumlah Permintaan Mie Instan Terbanyak di Dunia.....	2
Gambar 1.3 TOP Brand Award Citra Merek Mie Instan.....	3
Gambar 1.4 Pendapatan Penjualan Mie Instan.....	4
Gambar 1.5 Hasil Pra Survey.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3.1 Model Konseptual.....	38
Gambar 4.1 Logo Mie Sedaap.....	50
Gambar 4.2 Outer Model.....	57
Gambar 4.3 Inner Model.....	63



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Hasil Uji Plagiarisme
- Lampiran 2 : Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran 4 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 5 : Data Tabulasi Responden
- Lampiran 6 : Hasil Uji Pilot Study
- Lampiran 7 : Hasil Uji SmartPLS
- Lampiran 8 : Buku Bimbingan
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

