

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
(Di PT. LAZIZAA)

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh :

BRYANALDI MARIO WINDARTO
NOMOR POKOK : K.2017.1.34455
JURUSAN : MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MALANGKUÇEWARA
MALANG
2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
(Di PT. LAZIZAA)

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh :

BRYANALDI MARIO WINDARTO
NOMOR POKOK : K.2017.1.34455
JURUSAN : MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MALANGKUÇEWARA
MALANG
2022

Lembar Pengesahan

SKRIPSI

- PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN

Oleh:
BRYANALDI MARIO WINDARTO
K.2017.1.34455

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:
24 Februari 2022 dan dinyatakan LULUS




Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D

Lembar paernyataan Orisinalitas

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 20 Februari 2022



tasjswa

BRYANALDI MARIO WINDARTO

NPK: K.2017.1.34455

SURAT KETERANGAN RISET

Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçęwara Malang menerangkan bahwa:

Nama : BRYANALDI MARIO WINDARTO
NPK : K.2017.1.34455
Program Studi : Manajemen
Alamat

No HP :
E-mail :

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçęwara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari: PT. Lazizaa

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”

Dosen pembimbing: DIDIK PRIYO SUGIHARTO, SE, MM

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Madiun, 17 Desember 2022 Responden



(Fandy Eka Setyawan)

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua, ayahanda tercinta Bpk. Erfan Maryono dan ibunda tersayang Ibu Irna Widiarti yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Segenap keluarga dan teman yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak **Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D** selaku Ketua STIE Malangkecewara Malang.
4. Bapak **Dr. Uke Prajogo, STP, MM** selaku dosen wali saya selama berkuliah di STIE Malangkecewara Malang.
5. Bapak **Drs. Samsul Budianto**, selaku *Academic Affairs Coordinator* STIE Malangkecewara Malang.
6. Bapak **Didik Priyo Sugiharto, SE, MM** selaku dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi serta saran-saran pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen STIE Malangkecewara Malang yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan saya 4,5 tahun ini.
8. Seluruh teman-teman seangkatan, terutama kelas D Manajemen Angkatan 2017 yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.
9. Seluruh staf dan karyawan STIE Malangkecewara Malang yang telah memberikan bantuan maupun pelayanan kepada penulis selama berkuliah di STIE Malangkecewara Malang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen.

Malang, 22 Februari 2022

Penulis,

(Bryanaldi Mario Windarto)

ABSTRAK

Penelitian Ini Bertujuan untuk mengetahui: (1) Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan; (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan; (3) Brand Image berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah para Pelanggan yang mengkonsumsi varian makanan cepat saji dari Lazizaa. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 126 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *Purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis.

Bedasarkan analisis data yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan; (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan; (3) Brand Image berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Semua data dinyatakan valid dan reliabel serta hasil uji asumsi klasik semua menyatakan bahwa penelitian ini tidak bermasalah.

Simpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Produk Lazizaa tergolong dalam kategori berkualitas, Kualitas Pelayanan Lazizaa termasuk kategori berkualitas, Brand Image Lazizaa termasuk kategori baik, serta loyalitas pelanggan Lazizaa tergolong loyal. Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Image pada produk Lazizaa mampu meyakinkan konsumen untuk loyal menggunakan produk Lazizaa.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) Product Quality Affects Customer Loyalty; (2) Service quality has an effect on customer loyalty; (3) Brand Image has an effect on customer loyalty. This type of research uses a quantitative approach. The population of this study are customers who consume fast food variants from Lazizaa. The number of samples taken in this study were 126 people. The sampling technique used was purposive sampling technique. The data collection method used is a questionnaire. The analytical method used in this research is instrument test (validity test and reliability test), classical assumption test, classical assumption test, multiple regression test, and hypothesis analysis test.

Differentiate the data analysis that has been carried out as follows: (1) Product quality has a positive effect on customer loyalty; (2) Service quality has a positive effect on customer loyalty; (3) Brand Image has a positive effect on customer loyalty. All data are declared valid and reliable and the results of the classical assumption test all state that this research is not problematic.

The conclusion from this research is that Lazizaa's product quality is in the quality category, Lazizaa's service quality is in the quality category, Lazizaa's Brand Image is in the good category, and Lazizaa's customer loyalty is loyal. The advice given based on the research results is that the variables of Product Quality, Service Quality and Brand Image on Lazizaa products are able to convince consumers to loyally use Lazizaa products.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELANGGAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi:

Pengertian Kualitas Produk, Pengertian Kualitas Pelayanan, Pengertian Brand Image, Pengertian Loyalitas pelanggan serta Metode-Metode perhitungan dan Metode Analisis. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangtepatan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 24 Februari 2022
Penulis,

Bryanaldi Mario Windarto

Daftar Isi

Halaman Judul	1
Halaman Salinan Judul	2
Lembar Pengesahan	3
Lembar paernyataan Orisinalitas	4
SURAT KETERANGAN RISET	5
Riwayat Hidup	6
UCAPAN TERIMAKASIH	7
ABSTRAK	9
ABSTRACT	10
Daftar Isi	12
Daftar Tabel	14
Lampiran	15
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Teori	5
2.1.1 Kualitas Produk	5
2.1.2 Kualitas Pelayanan	7
2.1.3 Brand Image	9
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.5 Hubungan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand image terhadap Loyalitas pelanggan	16
2.2 Penelitian terdahulu	17
2.3 Model Konseptual	18
2.4 Pengembangan Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	21

3.2.1	Populasi.....	21
3.2.2	Sampel.....	21
3.3	Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran	21
3.3.1	Variabel Independen (X).....	21
3.3.2	Variabel Dependen (Y).....	22
3.3.3	Operasionalisasi dan Pengukuran.....	22
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3.4	Uji Instrumen	26
3.4.2	Rentang Skala.....	28
3.4.3	Uji Asumsi Klasik	29
3.5	Metode Analisis	30
3.5.1	Analisis kuantitatif.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.1	Gambaran Subjek Penelitian.....	34
4.2	Hasil Uji Instrumen	36
4.2.1	Uji Validitas.....	36
4.2.2	Uji Reliabilitas	37
4.3	Analisis Rentang Skala.....	38
4.3.1	Rentang Skala.....	38
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1	Uji Normalitas	45
4.4.2	Uji Multikolonieritas	45
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	46
4.5	Hasil Uji Model dan Hipotesis	47
4.5.1	Analisis Kuantitatif.....	47
4.5.2	Analisis Koefisien Determinasi	48
4.5.3	Uji Hipotesis Penelitian	48
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
4.5.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	51
4.5.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	51
4.5.6	Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan	51

BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Kontribusi Penelitian.....	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	52
5.4 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54

Daftar Tabel

tabel 4. 1 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	47
tabel 4. 2 Karakteristik Responden menurut Usia	47
tabel 4. 3 Karakteristik Responden menurut Pekerjaan	48
tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel X.....	49
tabel 4. 5 Uji validitas Variabel Y	50
tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	50
tabel 4. 7 Rata-rata jawaban.....	51
tabel 4. 8 Rentang Skala Kualitas Produk.....	52
tabel 4. 9 Rentang Skala Kualitas Pelayanan	53
tabel 4. 10 Rentang Skala Brand Image.....	55
tabel 4. 11 Rentang Skala Loyalitas Pelanggan	56
tabel 4. 12 Hasil Uji Kolmogorof – Smirnof	58
tabel 4. 13 Hasil Uji VIF.....	59
tabel 4. 14 Hasil Uji Glejser.....	59
tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	60
tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Uji f	62
tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Uji t.....	62

Lampiran

Lampiran 1: Kuesioner	58
Lampiran 2: Jawaban Kuesioner Responden Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Brand Image, Loyalitas Pelanggan	66
Lampiran 3: Uji Validitas Uji Validitas Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Image	70
Lampiran 4: Uji Reliabilitas Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Image Case Processing Summary	76
Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik	79
Lampiran 6: Analisis Regresi Linier Berganda	81