

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Produk coca-cola)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar*

*Sarjana Manajemen*



Oleh:

RECKY DARMA YUNAIRAWAN

K.2016.1.33700

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUCEWARA

PROGRAM STUDI MANAGEMENT

MALANG

2020

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

-PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

RECKY DARMA YUNAIRAWAN

K.2016.1.33700

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :  
27 Agustus 2020 dan dinyatakan LULUS

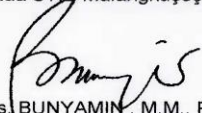
Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

ttd

Dr. NUNUNG NURASTUTI UTAMI , SE., M.Si.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara

  
Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.  
NIK 202.710.182

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

### 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, 12 Agustus 2020




Mahasiswa



*Recky Darma Yuniarawan*  
Recky Darma Yuniarawan

NPK: u-2016.1.33700

## SURAT KETERANGAN RISET

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçęwara (P3.M)

 **STIE MALANGKUÇĘWARA**  
d/m. ABM School of Economics

  Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 3233/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2018  
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 2812/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2018

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor: 0569.1/BAAK/VIII/2020

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

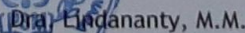
Nama : Recky Darma Yunairawan  
NPK : K.2016.1.33700  
Jurusan : Manajemen  
Alamat : JALAN KIMANGURI SARKORO IV/18 RT.02 RW.02 DESA BEJI  
KECAMATAN BOYOLANGU TULUNGAGUNG


Adalah mahasiswa STIE Malangkuçęwara yang telah mengadakan riset dengan data diambil dari mahasiswa program studi Manajemen angkatan 2016 STIE Malangkuçęwara dengan judul skripsi:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (PRODUK COCA COLA)**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 Agustus 2020  
Ketua Program Studi Manajemen

  
Dra. Endananty, M.M.  
NIK. 202.710.194



Jalan Terusan Candi Kalasan  
Malang - Indonesia (65142)

Telp. 62 341 491813 (Hunting)  
Fax 62 341 495619

<http://www.stie-mce.ac.id>  
e-mail: [info@stie-mce.ac.id](mailto:info@stie-mce.ac.id)

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas petunjuk dan kekuatan yang diberikan selama ini.
2. Ketua STIE Malangkeçwara, Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D.
3. Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Nunung Nurastuti, SE., M.Si. yang senantiasa mencurahkan waktunya dalam membimbing selama proses pengerjaan skripsi ini.
4. Ayah, Ibu dan Nenek yang senantiasa mendukung dan memotivasi serta mendoakan yang terbaik dalam menyelesaikan studi.
5. Teman-teman seperjuangan kelas manajemen D dan organisasi UKM kerohanian islam.
6. Teman-teman Penguat Mental Ayoan konyol, Frans god of satan, Akbar, Noval, Andre, Reno dari kejauhan
7. Teman-teman bimbingan skripsi, ibram, dan melida
8. Teman-teman Bantaran F31.
9. Terimakasih untuk grup skripsi yang telah membantu.

Malang, 14 Agustus 2020

Penulis,

Recky Darma Yunairawan

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji pengaruh Kualitas produk dan Brand image terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada produk coca-cola. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malanguceçwara Malang angkatan 2016 program studi manajemen. Sampel berjumlah 100 orang yang pernah berkunjung ke swalayan dan mengetahui produk Coca-cola.

Metode pengambilan data dilakukan dengan survey menggunakan kuesioner dan teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas produk dan *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen 2) Kualitas produk dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan 3) Kualitas produk dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua variabel yang ada pada penelitian ini terbukti signifikan, berhubungan dan saling berpengaruh antar variabelnya.

Kata Kunci: Kualitas produk, *Brand image*, loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen, coca-cola.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine, analyze, and test the effect of product quality and brand image on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable in coca-cola products. This type of research uses a quantitative approach. The population in this study were students of STIE Malangkuçeçwara Malang class of 2016, management study program. The sample consists of 100 people who have been to supermarkets and know about Coca-cola products.*

*The method of data collection was carried out by survey using questionnaires and data analysis techniques were carried out by descriptive analysis and analysis using the SPSS 25 application. ) Product quality and brand image have a positive and significant effect on customer loyalty 3) Product quality and brand image have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction. The conclusion of this study is that all the variables in this study are proven to be significant, related and influencing each other between variables.*

*Keywords: Product quality, brand image, customer loyalty, customer satisfaction, coca-cola.*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayat-Mu penulis dapat menyajika skripsi yang berjudul : Pengaruh Kualitas produk dan *Brand image* terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Dalam penelitian ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi : Bagaimana pengaruh Kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen, bagaimana pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan, bagaimana pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

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, 14 Agustus 2020

Penulis,

Recky Darma Yunairawan



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Orisinalitas.....	iii
Surat Keterangan Riset.....	iv
Daftar Riwayat Hidup .....	v
Ucapan terimakasih.....	vi
Abstrak.....	vii
<i>Abstract</i> .....	viii
Kata pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1. Manfaat Teoretis .....	4
1.4.2. Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	6
2.1.1. Kualitas produk.....	6
2.1.1.1. <i>Pengertian kualitas produk</i> .....	6
2.1.1.2. <i>Faktor dalam kualitas produk</i> .....	7
2.1.2. <i>Brand image</i> .....	8
2.1.2.1. <i>Pengertian Brand image</i> .....	8
2.1.2.2. <i>Faktor Pembentuk Brand image</i> .....	9

2.1.3. Loyalitas pelanggan .....	10
2.1.3.1. <i>Pengertian Loyalitas pelanggan</i> .....	10
2.1.3.2. <i>Atribut dalam loyalitas</i> .....	11
2.1.4. Kepuasan konsumen .....	11
2.1.4.1 <i>Pengertian Kepuasan konsumen</i> .....	11
2.1.4.2 <i>Faktor menentukan kepuasan konsumen</i> .....	12
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	13
2.3. Model Konseptual Penelitian .....	16
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	16
2.4.1. Pengaruh Kualitas produk dan <i>Brand image</i> terhadap kepuasan konsumen .....	17
2.4.2. Pengaruh Kualitas produk dan Brand image terhadap loyalitas pelanggan .....	17
2.4.3. Pengaruh Kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	20
3.2. Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran .....	20
3.2.1. Variabel .....	20
3.2.2. Skala pengukuran .....	22
3.3. Populasi dan sampel .....	23
3.3.1. Populasi .....	23
3.3.2. Sampel .....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	24
3.5. Metode Analisis .....	25
3.5.1. Uji Validitas .....	25
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	25
3.5.3. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	30
4.2. Analisis Deskriptif .....	31

4.2.1. Deskripsi Data Responden .....	31
4.2.1.1. Jenis Kelamin.....	32
4.2.1.2. Usia .....	32
4.2.2. Tanggapan Responden .....	32
4.3. Pengujian Model dan Hipotesis .....	37
4.3.1. Uji Validitas .....	37
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	40
4.4. Analisis Jalur ( <i>Analysis Path</i> ).....	40
4.4.1. Analisis Jalur 1 .....	41
4.4.2. Analisis Jalur 2 .....	43
4.4.3. Model Lintasan Path .....	45
4.5. Pembahasan .....	46
4.5.1. Pengaruh Kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan konsumen .....	47
4.5.2. Pengaruh Kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan .....	48
4.5.3. Pengaruh Kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Kontribusi Penelitian.....	52
5.3. Keterbatasan penelitian .....	52
5.4. Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Skala Pengukuran .....	23
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.2 Usia Responden.....	32
Tabel 4.3 Pengamatan Kuesioner Variabel X1 .....	33
Tabel 4.4 Pengamatan Kuesioner Variabel X2 .....	34
Tabel 4.5 Pengamatan Kuesioner Variabel Y .....	35
Tabel 4.6 Pengamatan Kuesioner Variabel Z.....	36
Tabel 4.7 Uji Validitas .....	37
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4.9 Hasil analisis variabel kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan konsumen.....	41
Tabel 4.10 Hasil analisis kualitas produl dan brand image terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual Penelitian .....	16
Gambar 3.1 Persamaan Diagram Jalur .....	28
Gambar 4.1 Hasil Diagram Jalur .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-1 Bukti bimbingan .....	58
Lampiran-2 Kuesioner.....	59
Lampiran-2 Hasil Pengolahan Data.....	61
Lampiran-3 Data Responden.....	65

