

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ICE CREAM MIXUE**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

MIFTAHUL JANAH

NPM :19420099

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Miftahul Janah

NPM : 19420099

Alamat : Putat Gede Timur gang 4/14, Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan ini judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ICE CREAM MIXUE (Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** Adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat dan plagiat dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya,.....

Yang membuat pernyataan

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is placed over the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METRIS TEMPEL'. The serial number '93E2AKX333211780' is visible at the bottom of the stamp.

Miftahul Janah

(19420099)

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ICE CREAM MIXUE**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan Oleh :

MIETAHUL JANAH

NPM : 19420099

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Diah Julindrastuti, S.E., M.Ak.

Tanggal 17-1-2023

KETUA JURUSAN



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Tanggal 17-1-2023

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ICE CREAM MIXUE**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan Oleh :

MIFTAHUL JANAH

NPM : 19420099

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



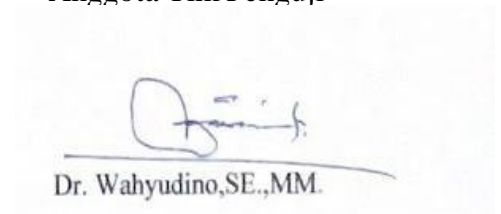
Diah Julindrastuti, S.E., M.Ak.

Anggota Tim Penguji



Lestari, M.M.

Anggota Tim Penguji



Dr. Wahyudino, SE., MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Tanggal.....



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ICE CREAM MIXUE (Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program, studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Skripsi ini meneliti 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat, variabel bebas yaitu *brand image*, harga, dan kualitas produk, variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Penelitian ini berlatar belakang pada gerai produk Ice Cream Mixue. Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji simultan dan uji hipotesis menggunakan uji t.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak, dukungan, bantuan, bimbingan, doa, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan

moril ataupun material secara langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama yang saya hormati :

1. Bapak Prof. Dr. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, Sp. THT-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., MAk. selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Kristiningsing.,SE.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Diah Julindrastuti,S.E.,M.Ak. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama di kampus.
6. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya, Ayah, Ibu dan kakak yang selalu mendo'akan agar lulus kuliah dengan barokah dan tidak ada lelah untuk memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

8. Kepada diri penulis sendiri yang telah kuat lahir dan batin untuk menyelesaikan masa kuliah dan penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman penulis, Fidela, Syafa, Merry, Icha, Mega, Nayla, Ayuk, Tia, Galang, Bryan, dan Ridho yang telah selalu ada saat penulis membutuhkan saran dan kritik atas penulisan skripsi ini serta memberikan semangat dan motivasi kepada penulis agar tetap kuat dalam dunia perkuliahan.
10. Rekan-rekan seangkatan 2019 di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terimakasih telah memberikan kenangan dan bantuan selama masa kuliah.

Semoga Allah selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikannya serta bantuanyang diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya,.....

Penulis

(MIFTAHUL JANAHA)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.1.2 Strategi Pemasaran	13
2.1.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	15
2.1.2 Brand Image.....	17
2.1.2.1 Pengertian Brand Image	17
2.1.2.2 Komponen Brand Image.....	19
2.1.3 Harga	21
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	21
2.1.3.2 Metode Penetapan Harga.....	22
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga.....	23

2.1.4	Kualitas Produk.....	25
2.1.4.1	Pengertian Kualitas Produk	25
2.1.4.2	Kelompok Produk Konsumen.....	27
2.1.4.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	28
2.1.5	Loyalitas Pelanggan	29
2.1.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	29
2.1.5.2	Tahap - tahap pertumbuhan Loyalitas Pelanggan	32
2.1.5.3	Faktor pembentuk Loyalitas Pelanggan	32
2.1.6	Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.7	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.1.8	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2	Penelitian sebelumnya.....	37
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	40
2.3.1	Hipotesis	40
2.3.2	Model Analisis	40
BAB III METODE PENELITIAN		42
3.1	Pendekatan Penelitian	42
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.2	Sampel.....	43
3.3	Identifikasi Variabel.....	44
3.3.1	Variabel Independen (X)	44
3.3.2	Variabel Dependen (Y)	44
3.4	Definisi Operasional Variabel	44
3.4.1	Brand Image (X1)	44
3.4.2	Harga (X2).....	45

3.4.3 Kualitas Produk (X3)	45
3.4.5 Loyalitas Pelanggan (Y)	45
3.5 Jenis dan Sumber Data	46
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	46
3.6.1 Studi Kepustakaan.....	46
3.6.2 Kuisisioner	47
3.7 Teknik Analisis	47
3.7.1 Uji Validitas.....	48
3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.7.3 Analisa Regresi Linier Berganda	49
3.7.4 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	50
3.7.5 Analisis Uji Simultan (Uji-F)	51
3.7.6 Analisa Uji Parsial (Uji t)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Analisis Hasil Penelitian	57
4.2.1 Karakteristik Responden	57
4.2.2 Karakteristik Jawaban Responden	60
4.3 Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	64
4.3.1. Hasil Pengujian Validitas	64
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	66
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.3.4 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	70
4.3.5 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	70
4.3.6 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	72
4.4 Pembahasan	79
4.4.1 Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Mixue	

pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	79
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Mixue pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.....	80
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Mixue pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	82
4.4.4 Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Mixue	83
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	85
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	85
5.3 Keterbatasan Penelitian	86

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identitas Jenis Kelamin Responden.....	59
Tabel 4.2 Identitas Jurusan Responden	
Tabel 4.3 Identitas Usia Responden.....	61
Tabel 4.4 Kategori Interval	63
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Brand Image (X1).....	63
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Harga (X2)	64
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk (X3).....	65
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.11 Hasil Pegujian Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi Berganda.....	72
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji F	73
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji t	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran...	43
Gambar 3.1 Kurva Distribusi Uji F	54
Gambar 3.1 Kurva Distribusi Uji t.....	56
Gambar 4.1 Kurva Uji F.....	74
Gambar 4.2 Kurva Uji t Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Mixue pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	77
Gambar 4.3 Kurva Uji t Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Mixue pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	78
Gambar 4.4 Kurva Uji t Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Mixue pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 SPSS

Lampiran 4 Tabel Uji F dan Uji t

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand image, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ice cream mixue studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *brand image*, harga, dan kualitas produk. Sedangkan variabel terikat adalah loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang pernah melakukan pembelian produk ice cream mixue minimal dua kali. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 85 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis dengan uji f dan uji t yang menunjukkan bahwa variabel *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ice cream mixue pada mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, sedangkan variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ice cream mixue pada mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan produk, Mixue dapat melakukan inovasi produk menawarkan produk ice cream dengan varian rasa yang baru dengan bahan yang berkualitas dan higienis dengan harga yang bersaing produk ice cream lain, dan meningkatkan kualitas produk ice cream mixue yaitu seperti menyajikan produk dengan standar kualitas terbaik ke tangan konsumen, dan memastikan bahan baku yang merekagunakan selalu dalam keadaan segar ke tangan konsumen.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, price, and product quality on purchasing decisions of ice cream mix for study students at Wijaya Kusuma University, Surabaya. The independent variables in this study are brand image, price, and product quality. While the dependent variable is customer loyalty. The population in this study were students at Wijaya Kusuma University, Surabaya, who had purchased ice cream mixue products at least twice. Determination of the sample was carried out by using nonprobability sampling method with purposive sampling technique. The sample used was 85 respondents. Methods of data collection using questionnaires and literature. Data analysis technique using multiple linear regression analysis. The results of hypothesis testing with the f test and t test show that the brand image variable has no significant effect on ice cream mix customer loyalty for Wijaya Kusuma University students, while the price and product quality variables have a significant effect on ice cream mix customer loyalty for Wijaya Kusuma University students. Surabaya. To increase product customer loyalty, Mixue can innovate products, offer ice cream products with new flavors with quality and hygienic ingredients at competitive prices with other ice cream products, and improve the quality of Mixue ice cream products, namely by presenting products with the best quality standards. into the hands of consumers, and ensure that the raw materials they use are always fresh to the hands of consumers.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Customer Loyalty