

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA TOKO
“AMITIE SWEET BOUTIQUE” DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh :

FEBRIANTI MARTA LARASATI

NPM : 16420017

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2020

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FEBRIANTI MARTA LARASATI
NPM : 16420017
Alamat : JL. DUKUH KUPANG TIMUR 6/50 SURABAYA
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai *Intervening* Pada Toko Roti "Amitle Sweet Boutique" Di Surabaya" adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari 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, 19 Juni 2020

Yang Membuat Pernyataan,



(Febrianti Marta Larasati)

NPM : 16420017

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
TOKO “AMITIE SWEET BOUTIQUE” DI SURABAYA**

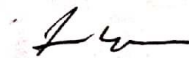
Diajukan oleh:

FEBRIANTI MARTA LARASATI

NPM : 16420017

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIBING



HENDRA PRASETYA, SE., M.Ak

Tanggal, 19 Juni 2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILA, SE., M.Si

Tanggal, 13 Juli 2020

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
TOKO "AMITIE SWEET BOUTIQUE" DI SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :
FEBRIANTI MARTA LARASATI
NPM : 16420017

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Drs. Ec. Redy Eko HS.,MM

Anggota Dewan Penguji



Djojo Diharjo,SE,MM,Ak



Adrianto Trimajono,SE.,MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi

Tanggal, 13 juli 2020



Dr. Siti Djamilia, SE., M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur berkat rahmat Tuhan yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan, skripsi ini berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Roti “ Amitie Sweet Boutique” Di Surabaya”. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan serta motivasi sehingga skripsi ini bisa di selesai. Oleh sebab itu pada kesempatan ini perkenankan penulis dengan segala kerendahan hati, mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.sp, THT-KL.,(K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.AK selaku dosen wali.
5. Bapak Hendra Prasetya, SE.,MAk selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi.
6. Kepada kedua orang tua saya Ayah dan ibu serta Kakak Elly dan Kakak Wicak beserta keluarga besar yang selama ini sudah mendoakan saya agar

cepat untuk menyelesaikan kuliah, berkat kasih sayang merekalah saya dapat berkuliah dengan baik.

7. Kepada Pendiri Toko roti Amitie Ce Verlyn Anggono Terimakasih telah mengijinkan saya untuk menggunakan toko amitie sebagai bahan penelitian saya.
8. Fitri, Gavin, Dian, Retno selaku teman – teman saya yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi.
9. Teman – teman Manajemen A, Soulsister dan kost 1b yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi.
10. Moses Stevanus yang memotivasi dan mendukung penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

Dengan kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penelitian dan Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 8 Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACTION	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Citra merek	9
2.1.2.1 Pengertian Citra merek	9
2.1.2.2 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	10
2.1.2.3 Elemen - Elemen Citra Merek	11
2.1.2.4 Indikator Citra Merek	13
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	13
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.3.2 Manfaat Program Kepuasan Pelanggan.....	14

2.1.3.3	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.3.4	Elemen Program Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.3.5	Indikator Kepuasan Pelanggan	22
2.1.4	Loyalitas pelanggan	23
2.1.4.1	Pengertian Loyalitas pelanggan.....	23
2.1.4.2	Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Sikap dan Pembelian Ulang.....	23
2.1.4.3	Indikator Loyalitas Pelanggan	26
2.1.5	Hubungan Antar Variabel Penelitian	26
2.1.5.1	Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan ...	26
2.1.5.2	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	28
2.2	Penelitian sebelumnya	29
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	30
2.3.1	Hipotesis	30
2.3.2	Model Analisis	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Pendekatan Penelitian.....	32
3.2	Populasi Dan Sampel.....	32
3.2.1	Populasi.....	32
3.2.2	Sampel	32
3.3	Identifikasi Variabel	33
3.4	Definisi Operasional Variabel	34
3.4.1	Variabel Bebas (X)	35
3.4.2	Variabel Terikat (Y).....	35
3.5	Jenis dan Sumber Data	36
3.5.1	Jenis Data.....	36
3.5.2	Sumber Data	36
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	37
3.7	Teknik Analisis.....	37

3.7.1	Uji Validitas	38
3.7.2	Uji Reliabilitas	38
3.7.3	Uji Model Analisis jalur path (<i>Path Analysis</i>)	38
3.7.6	Uji Hipotesis (Uji t)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	41
4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Karakteristik Identitas Responden	44
4.2.1.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.1.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	45
4.2.1.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
4.2.1.4	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
4.2.1.5	Identitas Responden Berdasarkan Rata – Rata Perbulan	48
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	49
4.2.2.1	Deskripsi Mengenai Variabel Citra Merek (X ₁).....	50
4.2.2.2	Deskripsi Mengenai Kepuasan Konsumen (X ₂).....	51
4.2.2.3	Deskripsi Mengenai Loyalitas Konsumen (Y)	52
4.3	Hasil Analisis Dan Pengujian Hipotesis	52
4.3.1	Hasil Pengujian Validitas	52
4.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	54
4.3.3	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	55
4.4	Pembahasan	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		59
5.1	Simpulan	59
5.2	Saran	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Roti coklat di toko roti coklat “Amitie sweet boutique“ pada Bulan Januari – Juni	4
Tabel 2.1	Hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan	27
Tabel 2.2	Penelitian Sebelumnya.....	28
Tabel 4.1	Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2	Data Identitas Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3	Data Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel 4.4	Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	50
Tabel 4.5	Data Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-Rata Perbulan	51
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek (X)	53
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	53
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Konseptual (Bagan).....	31
------------	-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Input SPSS

Lampiran 3 Output SPSS

Lampiran 4 Tabel T

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh citra merek terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai intervening secara parsial pada toko roti Amitie Sweet Boutique di Surabaya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek dan kepuasan konsumen. Sedangkan variabel terikat adalah loyalitas konsumen pada toko roti Amitie Sweet Boutique di Surabaya. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel. Hasil uji t menunjukkan t hitung > t tabel dengan signifikansi < 0,05. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan “citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada toko roti Amitie Sweet Boutique di Surabaya” dapat didukung kebenarannya, hipotesis kedua yang menyatakan “kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada toko roti Amitie Sweet Boutique di Surabaya” dapat didukung kebenarannya.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACTION

The purpose of this study was to examine the effect of brand image and customer satisfaction partially on consumer loyalty at the Amitie Sweet Boutique bakery in Surabaya. The independent variables in this study are brand image and consumer satisfaction. While the dependent variable is consumer loyalty at the Amitie Sweet Boutique bakery in Surabaya. In this study, the determination of the sample is done by the non probability sampling method with a purposive sampling procedure. The sample used was 96 respondents. Before testing the hypothesis the validity and reliability tests are carried out. The analysis technique uses multiple linear regression. The result is that all variables are valid and reliable. T test results show $t_{count} > t_{table}$ with a significance < 0.05 . Thus the first hypothesis stating "brand image has a significant effect on consumer loyalty at the Amitie Sweet Boutique bakery in Surabaya" can be supported by its truth, the second hypothesis stating "consumer satisfaction has a significant effect on consumer loyalty at the Amitie Sweet Boutique bakery in Surabaya" can be supported the truth.

Keywords: Brand Image, Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty