



**PERAN KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN  
PADA PRODUK *SILVERQUEEN* DI KELAPA GADING**

Oleh:

**Nama : Riki Kusnadi**

**Nim : 21140230**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Maret 2018**

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PENGESAHAN**

**PERAN KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN  
PADA PRODUK *SILVERQUEEN* DI KELAPA GADING**

Diajukan oleh

Nama : Riki Kusnadi

Nim : 21140230

Jakarta, 28 Maret 2018

Disetujui oleh:

Pembimbing,

( Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2018**

## ABSTRAK

Riki Kusnadi / 21140230 / Peran Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Loyalitas Konsumen Pada Produk *SilverQueen* di Kelapa Gading / Tumpal J.R. Sinjak, H., M.M.

Konsumen Indonesia memiliki budaya konsumerisme yang cukup tinggi, karena pada dasarnya manusia tidak akan pernah merasa puas. Benda-benda yang biasa sering dibeli adalah barang yang tidak memerlukan risiko yang tinggi dalam pembelian, makanan ringan merupakan barang yang tidak memerlukan risiko dalam membeli. Banyak jenis makanan ringan salah satunya adalah coklat. Produk coklat yang merupakan merek lokal Indonesia adalah *SilverQueen*. Walaupun sebuah merek yang sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia produk *SilverQueen* mengalami beberapa masalah seperti produk yang terdapat cacung didalamnya dan angka pendapatan yang menurun. Sehingga peneliti meyakini bahwa aspek yang memicu munculnya loyalitas konsumen adalah kualitas produk, citra merek dan kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori-teori serta penelitian terdahulu yang dapat mendukung variabel-variabel penelitian. Teori definisi kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen, citra merek dengan loyalitas konsumen, dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen.

Objek penelitian ini adalah coklat *SilverQueen*. Sampel penelitian ini adalah orang-orang yang mengkonsumsi coklat *SilverQueen*. Teknik pengambilan sampel adalah *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan *Judgemental Sampling*. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dengan bantuan media *Google Form* untuk memperoleh 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian penelitian ini adalah regresi ganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0.

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk, citra merek, dan kepuasan konsumen terbukti berperan secara positif dan signifikan dalam membangun loyalitas konsumen. Sehingga jika kualitas produk, citra merek, dan kepuasan konsumen meningkat maka loyalitas konsumen akan meningkat pula. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada telah terbukti memiliki peran yang positif dan signifikan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen







## KATA PENGANTAR



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
© Hak Cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- Pada hari ini dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena dengan Rahmat-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen jurusan Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan, serta motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:
- Bapak Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
- Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.
- Papa, Mama, Tua Hia dan Afuk, dan keluarga saya yang senantiasa mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat selama penyusunan skripsi ini.
- Sahabat-sahabat dan orang terdekat peneliti yang telah memberikan dukungan dan bantuan tanpa henti dalam proses penyusunan skripsi ini, Fungni Tania, Tommy Pratama, Yosua Adiana, Florencia, Nixon, Jafreno, segenap KMK angkatan 14, dan seluruh anggota KMK IBIKKG sebagai keluarga kedua peneliti.



5. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku serta sumber-sumber yang dibutuhkan

dalam penelitian ini.

6. Restoran cepat saji Mc Donald Artha yang telah menyediakan tempat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Pihak lainnya yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak kekurangan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan bagi penelitian

selanjutnya. Tuhan memberkati !

Jakarta, Maret 2018

Peneliti



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Pengesahan .....	ii
Abstrak .....	iii
Abstract .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Batasan Penelitian .....	7
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	7
G. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	9
1. Kualitas Produk .....	9
a. Konsep Produk .....	9
b. Pengertian Kualitas Produk .....	10
c. Pengukuran Kualitas Produk .....	11
2. Citra Merek .....	12
a. Pengertian Citra Merek .....	12
b. Pengukuran Citra Merek .....	14
c. Karakteristik Merek .....	14
3. Kepuasan Konsumen .....	14
a. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	14
b. Dimensi Kepuasan Konsumen .....	15
c. Konsep Kepuasan Konsumen .....	16

1. a. Pengutipan harus menyebutkan sumber:  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 c. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 d. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 e. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 f. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 g. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 h. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 i. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 j. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 k. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 l. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 m. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 n. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 o. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 p. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 q. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 r. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 s. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 t. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 u. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 v. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 w. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 x. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 y. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:  
 z. Pengutipan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Loyalitas Konsumen .....	19
a. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	19
b. Dimensi Loyalitas Konsumen.....	21
B. Penelitian Terdahulu .....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis Penelitian .....	27

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Objek penelitian .....	28
B. Desain Penelitian .....	28
C. Variabel Penelitian.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	35
F. Teknik Analisis Data.....	35
1. Uji Instrumen Penelitian .....	36
2. Analisis Deskriptif .....	37
3. Analisis Regresi .....	40

**BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
1. Sejarah .....	45
2. Produk .....	46
B. Uji Instrumen Penelitian .....	48
1. Uji Validitas .....	48
2. Uji Realibilitas .....	51
C. Analisis Deskriptif .....	53
1. Profil Responden.....	53
2. Analisis Variabel.....	55
D. Uji Asumsi Klasik.....	60
1. Uji Normalitas.....	60
2. Uji Multikolinearitas .....	60
3. Uji Heteroskedastisitas.....	61
4. Uji Autokorelasi.....	61
E. Analisis Regresi .....	62
1. Koefisien Deteriminasi .....	62
2. Uji F.....	63
3. Uji t .....	63
F. Pembahasan.....	64

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	66

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Tak Cipta Dinuang Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.





DAFTAR PUSTAKA .....	68
LAMPIRAN .....	72

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

TABEL 1	Top Brand Index coklat batangan SilverQueen .....	5
TABEL 2.1	Penelitian Terdahulu .....	22
TABEL 2.2	Penelitian Terdahulu .....	22
TABEL 2.3	Penelitian Terdahulu .....	23
TABEL 2.4	Penelitian Terdahulu .....	23
TABEL 2.5	Penelitian Terdahulu .....	24
TABEL 2.6	Penelitian Terdahulu .....	24
TABEL 3.1	Indikator Kualitas Produk .....	31
TABEL 3.2	Indikator Citra Merek .....	32
TABEL 3.3	Indikator Kepuasan Konsumen .....	33
TABEL 3.4	Indikator Loyalitas Konsumen .....	34
TABEL 4.1	Uji Validitas Kualitas Produk .....	48
TABEL 4.2	Uji Validitas Citra Merek.....	49
TABEL 4.3	Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	50
TABEL 4.4	Uji Validitas Loyalitas Konsumen .....	50
TABEL 4.5	Uji Realibilitas Kualitas Produk .....	51
TABEL 4.6	Uji Reliabilitas Citra Merek .....	52
TABEL 4.7	Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen .....	52
TABEL 4.8	Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen .....	53
TABEL 4.9	Persentase berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
TABEL 4.10	Persentas Berdasarkan Usia .....	54
TABEL 4.11	Persentase berdasarkan Pekerjaan.....	55
TABEL 4.12	Skor Rata-rata Kualitas Produk.....	56

© Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacaukan isi dan penyusunan naskah secara keseluruhan, tanpa izin IBKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



TABEL 4.13 Skor Rata-rata Citra Merek .....	57
TABEL 4.14 Skor Rata-rata Kepuasan Konsumen .....	58
TABEL 4.15 Skor Rata-rata Loyalitas Konsumen .....	59
TABEL 4.16 Uji Normalitas .....	60
TABEL 4.17 Uji Multikolinearitas .....	60
TABEL 4.18 Uji Heteroskedastisitas .....	61
TABEL 4.19 Uji Autokorelasi .....	62
TABEL 4.20 Koefisien Detrminasi .....	62
TABEL 4.21 ANNOVA .....	63
TABEL 4.22 Coefficients .....	63

**Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR GAMBAR

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 1 Logo <i>SilverQueen</i> .....	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Perancang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

# DAFTAR LAMPIRAN

**© Hak Cipta milik IBKKG (Unit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Lampiran 1 Kuisisioner .....	73
Lampiran 2 Data Kuisisioner Responden .....	76
Lampiran 3 Validitas .....	79
Lampiran 4 Reliabilitas .....	81
Lampiran 5 Analisis Deskriptif .....	82
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	89
Lampiran 7 Analisis Regresi .....	91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dengan menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.