**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *KOI THE***

**MALL KELAPA GADING 3**

**Oleh:**

**Nama : Amelia Divina NIM : 22140374**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE JAKARTA  
 Agustus 2019**

**PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN J.CO DONUTS & COFFEE**

**DI MALL ARTHA GADING**

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Felicianti Andalas NIM : 22140334**

**Jakarta, 20 Agustus 2018**

**Disetujui Oleh:**

Pembimbing

**Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2018**

**ABSTRAK**

Felicianti Andalas / 22140334 / 2018 / Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen J.CO Donuts & Coffee di Mall Artha Gading / Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Bisnis *food & beverage* berkembang terus menerus yang menyebabkan banyak produk baru bermunculan dalam dunia kuliner makanan dan minuman. Usaha dalam bidang makanan dari tahun ke tahun usaha ini semakin berkembang. Pentingnya kualitas produk yang diberikan serta citra merek perusahaan yang baik di mata konsumen harus diperhatikan agar terciptanya loyalitas konsumen. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen J.CO Donuts & Coffee di Mall Artha Gading.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori produk, kualitas produk, citra merek dan loyalitas konsumen. Variabel dalam penelitian ini dibagi dalam dua jenis, variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan citra merek, sedangkan variabel dependennya yaitu loyalitas konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner kepada 100 sampel konsumen J.CO Donuts & Coffee. Untuk menentukan sampel, cara yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* dengan teknik *judgment sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk juga citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk termasuk baik, citra merek termasuk baik, dan konsumen J.CO Donuts & Coffee termasuk loyal.

Disarankan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain seperti harga, promosi dan tempat yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

**Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, loyalitas konsumen**

***ABSTRACT***

Felicianti Andalas / 22140334 / 2018 / *Effect of Product Quality and Brand Image on Customer Loyalty J.CO Donuts & Coffee at Mall Artha Gading* / Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

*Food & beverage business grows continuously which causes new products to emerge in the world of food and beverage culinary. The business in the food sector from year to year is growing. The importance of the quality of the product provided and the company's brand image that is good in the eyes of consumers must be considered in order to create consumer loyalty. Therefore, the authors are interested in conducting research on the influence of product quality and brand image on J.CO Donuts & Coffee consumer loyalty at Artha Gading Mall.*

*The theory used in this study is product theory, product quality, brand image and consumer loyalty. The variables in this study are divided into two types, independent and dependent variables. The independent variables in this study are product quality and brand image, while the dependent variable is consumer loyalty.*

*The research method used in writing this thesis is descriptive analysis, classical assumption test, and multiple regression analysis. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 samples of consumers of J.CO Donuts & Coffee. To determine the sample, the method used is by non probability sampling with judgment sampling technique.*

*The results showed that product quality as well as brand image had a significant effect on consumer loyalty. Research shows that product quality includes good, good brand image, and J.CO Donuts & Coffee consumers are loyal.*

*It is recommended that researchers can further develop research by including other variables such as prices, promotions and places that influence consumer loyalty.*

***Keyword : product quality, brand image, customer loyalty***

**KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur kepada Sang Triratna, Para Buddha dan Para Bodhisattva atas berkah dan anugerah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Kwik Kian Gie School of Business.

Peneliti menyadari bahwa skripsi tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, doa, penjelasan, dan dorongan moril dari semua pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan rasa hormat peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing peneliti selama proses skripsi, khususnya:

1. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan, meluangkan waktu, memberikan pendapat, saran, dan nasehat, serta bimbingan yang sangat bermanfaat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
2. Seluruh dosen pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberikan ilmu kepada peneliti dalam masa studi untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen.
3. Terima kasih kepada papi, mami, cece, koko dan adik serta keluarga besar yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi ini baik melalui semangat, hiburan, tindakan, nasehat dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Teman-teman terdekat dan teman seperjuangan peneliti, Vivian Chandra, Natalia, Samuel Antonius, dan Nadya Susanto yang telah mendukung, menyemangati, membantu, dan menemani dalam menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
5. Niko Felani Setiawan yang selalu sabar, mendukung, membantu, dan menemani dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Teman-teman Manajemen angkatan 2014 yang telah membantu dan meminjamkan bukunya kepada peneliti agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh staf dan karyawan perpustakaan, BAAK, ICT, dan copy center di Kwik Kian Gie School of Business yang telah membantu proses pendidikan, administrasi serta proses peminjaman buku-buku yang peneliti butuhkan.
8. Para responden yang bersedia membantu peneliti untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Pihak – pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu namanya. Terima kasih banyak atas doa, dukungan, dan motivasi yang telah kalian berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak kekurangan baik dalam hal isi, bahasan, maupun penyajiannya. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi para pembaca.

Akhir kata, peneliti ingin melimpahkan segala jasa kebajikan ini teriring doa, Sabbe Satta Bhavantu Sukhitatta, Semoga Semua Makhluk Hidup Berbahagia.

Jakarta, 20 Agustus 2018

Peneliti

**DAFTAR ISI**

JUDUL i

PENGESAHAN ii

ABSTRAK iii

*ABSTRACT* iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Identifikasi Masalah 6
3. Batasan Penelitian 6
4. Rumusan Masalah 7
5. Tujuan Penelitian 7
6. Manfaat Penelitian 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

1. Landasan Teori 8
2. Produk 8
3. Pengertian Produk 8
4. Klasifikasi Produk 9
5. Kualitas Produk 11
6. Pengertian Kualitas Produk 11
7. Dimensi Kualitas Produk 12
8. Merek 13
9. Definisi Merek 13
10. Elemen Merek 14
11. Citra Merek 14
12. Definisi Citra Merek 14
13. Dimensi Citra Merek 15
14. Usaha Membangun Citra Merek 16
15. Manfaat Citra Merek 16
16. Loyalitas Konsumen 17
17. Definisi Loyalitas Konsumen 17
18. Dimensi Loyalitas Konsumen 18
19. Manfaat Loyalitas Konsumen 18
20. Menentukan Strategi Loyalitas Konsumen 20
21. Fase Loyalitas Konsumen 20
22. Penelitian Terdahulu 21
23. Kerangka Pemikiran 21

BAB III METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian 24
2. Desain Penelitian 24
3. Variabel Penelitian 26
4. Teknik Pengambilan Sampel 28
5. Teknik Pengumpulan Data 29
6. Teknik Analisis Data 29
7. Uji Validitas 29
8. Uji Reliabilitas 30
9. Analisis Deskriptif 31
10. Rata-Rata Hitung *(Mean)* 31
11. Analisis Persentase (%) 31
12. Rentang Nilai 32
13. Uji Rata-Rata untuk sampel kecil (Uji-t) 33
14. Uji Asumsi Klasik 33
15. Uji Normalitas 33
16. Uji Multikolinearitas 34
17. Uji Heteroskedastisitas 34
18. Analisis Regresi Berganda 35
    * + 1. Uji Keberartian Model (Uji F) 35
        2. Uji Signifikan Koefisien (Uji t) 36
        3. Koefisien Determinasi (R2) 36

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian 37
2. Profil Responden 42
3. Jenis Kelamin 42
4. Usia 42
5. Jenis Pekerjaan 43
6. Uji Validitas dan Reliabilitas 43
7. Uji Validitas 43
8. Uji Reliabilitas 46
9. Analisis Deskriptif 47
10. Penilaian Indikator Variabel Kualitas Produk 47
11. Hasil Uji *One-Sample Test* Kualitas Produk 49
12. Penilaian Indikator Variabel Citra Merek 49
13. Hasil Uji *One-Sample Test* Citra Merek 51
14. Penilaian Indikator Variabel Loyalitas Konsumen 51
15. Hasil Uji *One-Sample Test* Citra Merek 53
16. Uji Asumsi Klasik 54
17. Uji Normalitas 54
18. Uji Multikolinearitas 54
19. Uji Heteroskedastisitas 56
20. Analisis Regresi Linier Berganda 57
21. Uji Keberartian Model ( Uji F) 58
22. Uji Signifikan Koefisien (Uji t) 58
23. Koefisien Determinasi (R2) 59
24. Pembahasan 60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan 64
2. Saran 65

DAFTAR PUSTAKA 66

LAMPIRAN 69

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Riset Pendahuluan 2018 4

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.......... 21

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk 26

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Citra Merek 27

Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen 27

Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 42

Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia 42

Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 43

Tabel 4.4. Uji Validitas Kualitas Produk 44

Tabel 4.5. Uji Validitas Citra Merek 45

Tabel 4.6. Uji Validitas Loyalitas Konsumen 45

Tabel 4.7. Uji Reliabilitas Kualitas Produk 46

Tabel 4.8. Uji Reliabilitas Citra Merek 47

Tabel 4.9. Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen 47

Tabel 4.10. Skor Rata-Rata Kualitas Produk 48

Tabel 4.11. Uji *One-Sample Test* Kualitas Produk 49

Tabel 4.12. Skor Rata-Rata Citra Merek 50

Tabel 4.13. Uji *One-Sample Test* Citra Merek 51

Tabel 4.14. Skor Rata-Rata Loyalitas Konsumen 51

Tabel 4.15. Uji *One-Sample Test* Loyalitas Konsumen 53

Tabel 4.16. Nilai Rata-Rata Variabel 53

Tabel 4.17. Hasil Uji Normalitas 54

Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolinearitas 55

Tabel 4.19. Hasil Uji Heteroskedastisitas 56

Tabel 4.20. Hasil Uji Keberartian Model (Uji F) 57

Tabel 4.21. Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji t) 58

Tabel 4.22. Hasil Uji Koefisien Determinasi 59

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran 23

Gambar 4.1. Logo J.CO Donuts & Coffee 37

Gambar 4.2. Produk-Produk J.CO Donuts & Coffee 41

Gambar 4.3. Scatterplot Loyalitas Konsumen 56

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pra Kuesioner 70

Lampiran 2. Profil Responden 76

Lampiran 3. Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas 77

Lampiran 4. Hasil SPSS Analisis Deskriptif 79

Lampiran 5. Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik 81

Lampiran 6. Hasil SPSS Analisis Regresi Berganda 82