



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS
PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada CV. Coffee Shop Sasana Jepara)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

YUSTIKA DEWANTARA

NIM. 2015 – 11 – 092

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada CV. Coffee Shop Sasana Jepara)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I

Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.
NIDN. 0608086402

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Indah Dwi Prasetyaningrum, SE. MM.
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut
untuk kebaikan dirinya sendiri

(QSAI-Ankabut: 6)

Bertaqwalah kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah
mengetahui segala sesuatu

(QS. Al Baqarah: 282)

Maka janganlah sekali kali engkau membiarkan kehidupan dunia ini
memperdayakanmu

(QS. Fathir: 5)

Persembahan :

1. Orang tua, istri dan keluargaku
2. Teman seperjuanganku
3. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama ini.

6. Kedua orangtua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan pikiran dan kemampuan agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 2020
Penulis,

YUSTIKA DEWANTARA
NIM. 2015 – 11 – 092

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Yustika Dewantara
NIM. 2015-11-092

Dosen Pembimbing : 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel eksogen, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan *brand image* serta dua variabel endogen, yaitu terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 182 responden dengan teknik *purposive sampling* yaitu pelanggan CV. *Coffee Shop* Sasana Jepara yang pernah melakukan pembelian sebanyak 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan program (SEM) *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta kualitas pelayanan, kualitas produk dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, *brand image*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLES

Yustika Dewantara
NIM. 2015-11-092

Guidance Lecturer : 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the effect of service quality, product quality and brand image on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. This study uses three exogenous variables, namely service quality, product quality and brand image and two endogenous variables, namely customer loyalty and customer satisfaction. The data collection methods used were questionnaires, documentation and interviews. The sample used in this study consisted of 182 respondents with purposive sampling technique, namely customers CV. Coffee Shop Sasana Jepara, which has made purchases 3 times in the last 3 months. In this study, data analysis used the Structural Equation Modeling (SEM) program which is operated through the AMOS program. The results showed that service quality, product quality and brand image had a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty, and service quality, product quality and brand image had a positive and significant impact on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *service quality, product quality, brand image, customer satisfaction and customer loyalty.*

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAKSI | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup | 7 |
| 1.3. Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1. Kualitas Pelayanan | 11 |
| 2.2. Kualitas Produk | 20 |
| 2.3. <i>Brand Image</i> | 27 |
| 2.4. Kepuasan Pelanggan..... | 31 |
| 2.5. Loyalitas Pelanggan | 37 |
| 2.6. Pengaruh Antar Variabel..... | 46 |
| 2.7. Penelitian Terdahulu..... | 52 |
| 2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis | 54 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 57 |
| 3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 57 |
| 3.2. Populasi dan Sampel..... | 60 |

| | |
|---|------------|
| 3.3. Jenis dan Sumber Data | 62 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data | 66 |
| 3.5. Uji Instrumen..... | 67 |
| 3.6. Teknik Analisis Data | 69 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 78 |
| 4.1. Gambaran Umum Perusahaan | 78 |
| 4.2. Deskripsi Data | 79 |
| 4.3. Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen dan Endogen .. | 87 |
| 4.4. Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model | 94 |
| 4.5. Pengujian Validitas Konstruk Full Model..... | 98 |
| 4.6. Pengujian Kelayakan Model | 99 |
| 4.7. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)..... | 103 |
| 4.8. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.. | 107 |
| 4.9. Pembahasan..... | 108 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 117 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 117 |
| 5.2. Saran-saran | 118 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | | Halaman |
|-------------|---|---------|
| Tabel 1.1. | Gaji Pegawai Central Santosa Finance Tahun 2015-2019..... | 4 |
| Tabel 1.2. | Absensi Karyawan Central Santosa Finance 2019 | 5 |
| Tabel 3.1. | Uji <i>Goodness of Fit</i> | 76 |
| Tabel 4.1. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 79 |
| Tabel 4.2. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia..... | 80 |
| Tabel 4.3. | Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan | 81 |
| Tabel 4.4. | Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk | 83 |
| Tabel 4.5. | Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> | 84 |
| Tabel 4.6. | Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan | 86 |
| Tabel 4.7. | Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan | 87 |
| Tabel 4.8. | <i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen | 90 |
| Tabel 4.9. | <i>Standarized Regression Weight</i> Endogen | 91 |
| Tabel 4.10. | <i>Standarized Regression Weight</i> Eksogen setelah Perbaikan Model | 93 |
| Tabel 4.11. | Hasil Pengujian Normalitas Data Full Model SEM..... | 95 |
| Tabel 4.12. | Hasil Pengujian Outliers Full Model SEM..... | 97 |
| Tabel 4.14. | Hasil Pengujian <i>Contract Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> | 98 |
| Tabel 4.15. | Uji Full Model <i>Goodness of Fit SEM</i> | 101 |
| Tabel 4.16. | Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i> | 102 |
| Tabel 4.17. | Tabel <i>Regression Weights</i> | 103 |
| Tabel 4.18. | Hasil Pengujian Hipotesis | 104 |
| Tabel 4.19. | Standarized Direct Effect..... | 107 |
| Tabel 4.20. | Standarized Indirect Effect | 108 |
| Tabel 4.21. | Standarized Total Effect | 108 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Inervening (Studi Kasus pada CV. Coffee Shop Sasana Jepara)..... | 55 |
| Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model | 89 |
| Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model | 91 |
| Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model | 92 |
| Gambar 4.4. Pengujian Konfirmatori Endogen dan Eksogen Setelah Perbaikan Model..... | 94 |
| Gambar 4.5. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM) | 100 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Analisis Data

