

SKRIPSI



**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi Produk Makanan dan Minuman PT Unilever yang Berlabel Halal di
Jepara)**

Oleh :

AHMAD HAINDRAWAN

201811332

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

SKRIPSI



**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Produk Makanan dan Minuman PT Unilever yang
Berlabel Halal di Jepara)**

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

Oleh :

AHMAD HAINDRAWAN

201811332

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

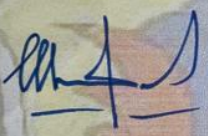
**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Produk Makanan dan Minuman PT Unilever yang Berlabel Halal
di Jepara)**

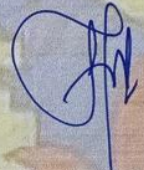
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakulas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal 7 Februari 2023


Pembimbing I

Pembimbing II


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


Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
NIDN. 0630098401

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
NIDN. 0628048702

**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN**
(Studi Produk Makanan dan Minuman PT Unilever yang Berlabel Halal
di Jepara)

Nama : Ahmad Haindrawan
NIM : 201811332
Program Studi : Manajemen


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

Kudus, 2023

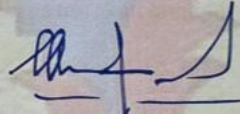
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.

NIDN. 0628048702

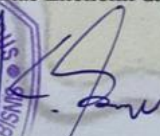

Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM

NIDN. 0618066201

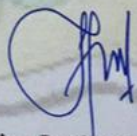
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II


Dr. Kertani Sumekar, SE, MM.

NIDN. 0616077804


Dina Lusianti, SE, MM, AAK.

NIDN. 0630098401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan apa saja nikmat yang ada pada kamu, maka dari Allah-lah datangnya (Q.S An-Nahl ayat 53)”

Persembahan :

Teriring do'a dan rasa syukur, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tuaku yang telah memberikan dukungan moril ataupun materi serta do'a yang tiada henti.
2. Teman-teman seperjuangan tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak akan mungkin saya sampai dititik ini.
3. Teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK angkatan 2018.
4. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala Puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada kita semua. Tak lupa sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan kita sebagai umatnya. Atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Produk Makanan dan Minuman PT Unilever yang Berlabel Halal Di Jepara)”** penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dengan hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang memberikan banyak pengarahan dan bimbingan selama penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK., selaku Dosen Pembimbing 2 yang memberikan banyak pengarahan dan bimbingan selama penulis dalam menyelesaikan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen selaku staff pengajar yang telah membimbing dan megajari ilmu selama kuliah berlangsung.
7. Untuk kedua orang tuaku terimakasih atas semua kasih sayang yang diberikan, atas doa yang senantiasa dipanjatkan.
8. Dan untuk keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan do'a.
9. Teman-teman yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dan semoga skripsi ini bermanfaat untuk dijadikan bahan referensi dan tambahan wawasan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kudus, Januari 2023
Penulis

Ahmad Haindrawan
201811332

**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Produk Makanan dan Minuman PT Unilever yang Berlabel Halal di
Jebara)**

Ahmad Haindrawan

2018-11-332

Dosen Pembimbing 1 : Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM

Dosen Pembimbing 2 : Dina Lusianti, SE., MM., AAK

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh label halal, kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, objek penelitian ini adalah produk makanan dan minuman PT Unilever di Jebara. Populasi pada penelitian tidak diketahui, sampel yang diambil sebanyak 160 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner melalui *google form*. Sedangkan uji instrument menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SEM-AMOS. Hasil pada penelitian ini menunjukkan dan menyimpulkan bahwa label halal, kualitas produk, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, label halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk, citra merek, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Saran pada penelitian ini adalah PT Unilever untuk lebih memperhatikan labelisasi halal yang akan dicantumkan di kemasan produk, harus memaksimalkan kualitas produk dan mempertahankan citra merek perusahaan.

Kata kunci : label halal, kualitas produk, citra merek, kepuasan, loyalitas.

***THE EFFECT OF HALAL LABEL, PRODUCT QUALITY AND BRAND
IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION
(On Halal Labeled Food and Beverage Products of PT Unilever in Jepara)***

Ahmad Haindrawan

2018-11-332

Dosen Pembimbing 1 : Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM

Dosen Pembimbing 2 : Dina Lusianti, SE., MM., AAK

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of halal labels, product quality and brand image on customer loyalty through customer satisfaction, the object of this study is food and beverage products of PT Unilever in Jepara. The population in the study was unknown, the sample taken was 160 respondents. The data used in this study by spreading questionnaires through google form. Meanwhile, the instrument test uses reliability tests and validity tests. The analysis tool in this study used SEM-AMOS. The results of this study show and conclude that halal labels, product quality, brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction, halal labels have a negative and insignificant effect on customer loyalty, product quality, brand image, customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. The advice in this study is that Unilever to pay more attention to the halal labeling that will be included on the product packaging, must maximize product quality and maintain the company's brand image.

Keywords: halal label, product quality, brand image, satisfaction, loyalty.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Label Halal.....	14
2.1.1 Pengertian Label Halal.....	14
2.1.2 Kriteria Produk Halal.....	15
2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Label Halal.....	16
2.1.4 Indikator Label Halal.....	17
2.2 Kualitas Produk.....	17
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	17
2.2.2 Faktor-faktor Pengaruh Kualitas Produk.....	18
2.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	19
2.3 Citra Merek.....	20
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	20
2.3.2 Faktor-faktor Pengaruh Citra Merek.....	21
2.3.3 Indikator Citra Merek.....	22
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.2 Faktor-faktor Pengaruh Kepuasan Pelanggan.....	25
2.4.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	27
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	31
2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	31

2.5.2 Faktor-Faktor Pengaruh Loyalitas Pelanggan	32
2.5.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	33
2.6 Pengaruh Antar Variabel	34
2.6.1 Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Pelanggan.....	34
2.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.6.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.6.4 Pengaruh Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.6.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	36
2.6.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.6.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu	38
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis	44
2.8.1 Perumusan Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Rancangan Penelitian	47
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.2.1 Variabel Eksogen.....	47
3.2.2 Variabel Endogen	50
3.2.3 Variabel Intervening	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.3.1 Jenis Data	52
3.3.2 Sumber Data.....	52
3.4 Populasi dan Sampel.....	53
3.4.1 Populasi.....	53
3.4.2 Sampel	53
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	54
3.5.1 Pengolahan Data.....	55
3.6 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas).....	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.7 Analisis Data.....	58
3.7.1 Tahapan Analisis Permodelan dan Persamaan Structural	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Penelitian	61
4.1.1 Sejarah PT Unilever Indonesia	61
4.1.2 Karakteristik Responden	62

4.1.3 Deskriptif Variabel Penelitian	65
4.1.4 Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	68
4.1.5 Uji Normalitas	70
4.1.6 Analisis Data	70
4.1.7 Uji Hipotesis.....	78
4.2 Pembahasan.....	83
4.2.1 Pengaruh Label Halal terhadap Kepuasan Pelanggan.....	83
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	84
4.2.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	85
4.2.4 Pengaruh Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
4.2.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
4.2.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	87
4.2.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	88
4.2.8 Pengaruh Label Halal terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	88
4.2.9 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	89
4.2.10 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	89
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Daftar Merek Produk PT Unilever Indonesia Tbk yang Berlabel Halal	3
Tabel 1.2 Penghargaan Halal Top Brand Tahun 2017	4
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survey Penelitian Sementara	6
Tabel 3.1 Parameter Validitas.....	57
Tabel 3.2 Tabel Indeks <i>Goodness-of-fit</i>	60
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	62
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	63
Tabel 4.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	63
Tabel 4.4 Responden Menurut Pekerjaan.....	64
Tabel 4.5 Produk Makanan dan Minuman yang Sering dikonsumsi.....	64
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Label Halal (X_1).....	65
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Bagi Hasil (X_2)	66
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Citra Merek (X_3)	66
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1).....	67
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2).....	68
Tabel 4.11 Uji Validitas	69
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.13 Uji Normalitas	70
Tabel 4.14 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Penelitian.....	72
Tabel 4.15 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen.....	74
Tabel 4.16 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	75
Tabel 4.17 <i>Standardize</i> Variabel Eksogen	75
Tabel 4.18 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	77
Tabel 4.19 <i>Standardize</i> Variabel Endogen.....	78
Tabel 4.20 Uji Hipotesis.....	78
Tabel 4.21 Hasil <i>Direct Effect</i>	81
Tabel 4.22 Hasil Estimaasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	81

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Produk F&B Unilever Indonesia Terlaris di e-Commerce (Shopee)	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	45
Gambar 4.2 Pengujian <i>Full Model</i> SEM Sebelum Perbaikan.....	72
Gambar 4.3 Pengujian <i>Full Model</i> SEM Setelah Penyesuaian.....	72
Gambar 4.4 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan	73
Gambar 4.6 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan	74
Gambar 4.7 Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan.....	76
Gambar 4.8 Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

	HAL
LAMPIRAN KUESIONER.....	103
LAMPIRAN TABULASI	110
LEMBAR KUESIONER GOOGLE FORM	121
LEMBAR PRA-SURVEY GOOGLE FORM.....	143
LAMPIRAN PENGOLAHAN DATA.....	146

