



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND IMAGE* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN  
KEDAI KOPI PFFTT DI KOTA KUDUS**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh**

Hanik Isna Maulinda

NIM : 201811188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND IMAGE* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN  
KEDAI KOPI SUSU PFFTT DI KOTA KUDUS**

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

Oleh:

**Hanik Isna Maulinda**

NIM. 201811050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN KEDAI KOPI SUSU PFFTT DI KOTA KUDUS**

Nama : Hanik Isna Maulinda

NIM : 201811188

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....

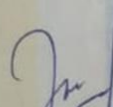
Pembimbing I



**(Sutono, SE.,MM.,Ph.D)**

NIDN. 0626017003

Pembimbing II



**(Iwan Suroso, SE.,MM.,CFP)**

NIDN. 0603067701

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



**(Noor Indah Rahmawati, SE., M.M)**

NIDN. 0024037701

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN KEDAI KOPI SUSU PFFTT DI KOTA KUDUS**

Nama : Hanik Isna Maulinda

NIM : 201811188

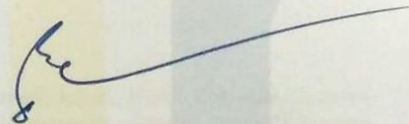
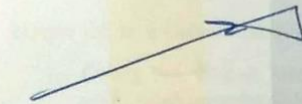
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Pembimbing I



(Noor Indah Rahmawati., S.E., M.M)

(Sutono, SE., M.M., Ph.D)

NIDN. 0024037701

NIDN. 0626017003

Mengetahui

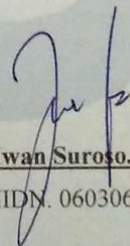
Pembimbing II

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar., S.E., M.M.)

NIDN.0616077304



(Iwan Suroso., S.E., M.M., CFP)

NIDN. 0603067701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang kufur”

(QS Yusuf; 87)

“Intinya satu, jangan pernah jadikan cape lu itu sebagai alasan untuk jadi egois. karna, semua orang itu cape”

(Ari Lesmana)

### **Persembahan:**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua, Bapak Kuswono, ibu Suparmi, kakak Nurul dan adik Sofwan yang telah memberikan dukungan moril maupun material, serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lanjutan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang tercapai dari orang tua.

## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur Saya haturkan kepada Allah SWT, sebab berkat restuNya Saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Daya tarik iklan, *Brand image* dan Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Susu Pfftt di Kota Kudus”**. Penulisan tugas akhir ini dilaksanakan untuk memenuhi persyaratan akademis guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Saya sadar jika dalam penyelesaian tugas ini dapat terlaksana dengan baik berkat bimbingan serta bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu, ijinakan Saya menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE.,MM.,Ph.D, selaku dosen pembimbing satu
5. Iwan Suroso,SE.,MM.,CFP, selaku dosen pembimbing kedua.
6. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membagikan ilmunya kepada saya selama ini.
7. Kedua orang tua saya yang telah memberikan bantuan material maupun spiritual.

8. Sahabat dan rekan belajar saya yang telah membantu dan memberikan motivasi.

Disadari jika skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga kritik serta saran yang baik sangat diperlukan. Saya berharap semoga hasil dari tugas ini dapat membawa manfaat bagi para pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Kudus, 2024

Penulis

**HANIK ISNA MAULINDA**  
NIM. 201811188

## ABSTRAKSI

### PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN KEDAI KOPI SUSU PFFTT DI KOTA KUDUS

HANIK ISNA MAULINDA

NIM 201811188

Dosen Pembimbing: 1. Sutono,SE.,MM.,Ph.D,

2. Iwan Suroso,SE.,MM.,CFP

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Pengaruh daya tarik iklan, *brand image* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen Penelitian ini menggunakan variabel eksogen yaitu Daya tarik iklan, *brand image*, kualitas produk dan variabel endogen yaitu loyalitas pelanggan dan variabel interveningnya kepuasn konsumen. Pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner. Penelitian menggunakan sample sebanyak 125 responden yang merupakan konsumen dari Kedai Kopi Susus Pfftt Kudus. Analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian ini sebagai berikut, Daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

**Kata Kunci:** Daya tarik iklan, *brand image*, kulitas produk, loyalitas peelanggan dan kepuasan konsumen



## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF ADVERTISING ATTRACTIVENESS, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION OF PFFTT MILK COFFEE SHOP IN KUDUS CITY***

**HANIK ISNA MAULINDA**

**NIM 201811050**

Dosen Pembimbing: **1. Sutono,SE.,MM.,Ph.D,**

**2. Iwan Suroso,SE.,MM.,CFP**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF  
MANAGEMENT***

*This research aims to analyze the influence of advertising attractiveness, brand image, and product quality on customer loyalty through consumer satisfaction. This research uses exogenous variables, namely advertising attractiveness, brand image, product quality, and endogenous variables, namely customer loyalty and the intervening variable consumer satisfaction. This research collects data using a questionnaire method. The research used a sample of 125 respondents who were consumers of the Pfftt Kudus Milk Coffee Shop. The data analysis used is SEM (Structural Equation Modeling), which is operated through the AMOS program. The results of this research are as follows: advertising attractiveness has a positive and significant effect on consumer satisfaction, brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, Advertising attractiveness has a positive and significant effect on customer loyalty, Brand image has a positive and significant effect on customer loyalty.*

*Keywords: Advertising attractiveness, brand image, product quality, customer  
loyalty and consumer satisfaction*

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not</b>
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	9
1.3. Perumusan Masalah .....	10
1.4. Tujuan Penelitian .....	11
1.5. Manfaat Penelitian .....	12
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	12
1.5.2. Manfaat Praktis .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1. Pemasaran .....	13
2.2. Daya Tarik Iklan .....	13
2.2.1. Pengertian Daya Tarik Iklan .....	13
2.2.2. Indikator Daya Tarik Iklan .....	14
2.3. Citra Merk ( <i>Brand Imge</i> ) .....	16
2.3.1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	16
2.3.2. Indikator <i>Brand Image</i> .....	17
2.4. Daya tarik iklan .....	18
2.5. Kepuasan Pelanggan .....	21

2.6. Loyalitas Pelanggan.....	23
2.7. Penelitian Terdahulu.....	25
2.8. Pengaruh Antar Variabel .....	27
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	32
2.10.Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	35
3.2. Variabel Penelitian .....	36
3.2.1. Variabel Eksogen/Bebas (X) .....	36
3.2.2. Variabel intervening (Y1).....	36
3.2.3. Variabel Endogen/terikat (Y2).....	36
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	37
3.3.1. Daya tarik iklan (X <sub>1</sub> ) .....	37
3.3.2. Brand Image (X <sub>2</sub> ).....	38
3.3.3. Kualitas Produk (X <sub>3</sub> ).....	38
3.3.4. Kepuasan pelanggan (Y <sub>2</sub> ).....	39
3.3.5. Loyalitas pelanggan (Y <sub>1</sub> ).....	39
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	40
3.4.1. Data Primer.....	40
3.4.2. Data Sekunder.....	40
3.5. Populasi dan Sampel.....	40
3.5.1. Populasi .....	40
3.5.2. Sampel.....	41
3.6. Pengumpulan Data .....	41
3.7. Uji Intrumen.....	42
3.7.1. Uji Validitas.....	42
3.7.2. Uji Reabilitas .....	43
3.8. Uji Hipotesis .....	44
3.8.1. Uji Parsial (Uji t).....	44
3.8.2. Pengolahan Data .....	44
3.9. Analisis Data.....	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.2. Penyajian Data .....	53
4.2.1. Karakteristik Responden .....	53
4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian .....	55
4.3. Analisis Data .....	59
4.3.1. Uji Validitas .....	59
4.3.3. Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM .....	63
4.3.4. Analisis Faktor Konfirmatori .....	65
4.3.5. Structural Equation Full Model .....	72
4.3.6. Uji Hipotesis .....	76
4.3.7. Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	78
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	80
4.4.1. Daya tarik iklan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ...	80
4.4.2. <i>Brand image</i> berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan .....	82
4.4.3. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ...	84
4.4.4. Daya tarik iklan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.....	86
4.4.5. <i>Brand image</i> berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan .....	87
4.4.6. Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.....	89
4.4.7. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.....	91
4.4.8. Pengaruh daya tarik iklan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening .....	94
4.4.9. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening .....	95
4.4.10. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening .....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1. Kesimpulan .....	97
5.2. Saran .....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	100

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Volume Penjualan Kopi Siap Minum Di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Daftar Menu Pfftt <i>Coffee</i> .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	33
Gambar 3.1 Diagram alur model struktural (AMOS 24) .....	48
Gambar 4.1 Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model.....	66
Gambar 4.2 Variabel Eksogen Setelah Perbaikan Model.....	67
Gambar 4.3 Variabel Endogen Sebelum Perbaikan Model .....	68
Gambar 4.4 Variabel Endogen Setelah Perbaikan Model.....	69
Gambar 4.5 Variabel <i>Full Measurement</i> Model Sebelum Perbaikan.....	70
Gambar 4.6 Variabel <i>Full Measurement</i> Model Setelah Perbaikan .....	71
Gambar 4.7 Pengujian Model SEM Penuh .....	72

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Data penjualan Pfftt Cofee periode Januari - Desember 2022.....	5
Tabel 3.1 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	59
Tabel 4.1 Prosentase Responden .....	66
Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Daya Tarik Iklan.....	70
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	70
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	71
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	72
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	73
Tabel 4.9 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan .....	74
Tabel 4.10 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan .....	75
Tabel 4.11 <i>Regression Weights</i> .....	76
Tabel 4.12 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan...	77
Tabel 4.13 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	78
Tabel 4.14 <i>Regression Weights</i> .....	79
Tabel 4.15 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Variabel Full Model.....	81
Tabel 4.16 Uji Validitas .....	83
Tabel 4.17 Uji <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Penelitian.....	84
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	84
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas .....	85
Tabel 4.20 Uji Normalitas .....	87
Tabel 4.21 Outlier .....	88
Tabel 4.22 <i>Standardised Regression Weights</i> .....	90
Tabel 4.23 <i>Square Multiple Correlation</i> .....	91
Tabel 4.24 Hasil Estimasi Parameter .....	92
Tabel 4.25 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian .....	94
Tabel 4.26 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian .....	95
Tabel 4.27 Perbandingan antara Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung...	95
Tabel 4.28 Besar <i>Total Effect</i> .....	96