



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KOPI  
JANJI JIWA KOTA KUDUS**

**Skripsi :**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh :**

**DESTYANA LINDA KUSUMANINGTYAS**

**201911026**

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

**2024**



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA KOPI JANJI JIWA 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 :**

**DESTYANA LINDA KUSUMANINGTYAS**

NIM 201911026

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

**2024**

PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA KOPI JANJI JIWA KOTA KUDUS

Nama : Destyana Linda Kusumaningtyas

Nim : 201911026

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus .....

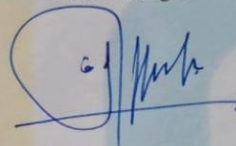
Pembimbing I



**(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)**

NIDN. 0628048702


Pembimbing II



**(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)**

NIDN. 0601099201

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KOPI JANJI  
JIWA KOTA KUDUS**

Nama : Destyana Linda Kusumaningtyas

Nim : 201911026

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)  
NIDN. 0024037701

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

Mengetahui

Pembimbing II

  
  
(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)  
NIDN. 0616077304

  
(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)  
NIDN. 0601099201

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”*

*(Q.S Al-Baqarah:286)*

*“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan,  
tidak ada kemudahan tanpa doa”*

### **Persembahan :**

1. Orang tua
2. Keluarga
3. Teman-teman
4. Almamater Universitas Muria Kudus

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KOPI JANJI JIWA KOTA KUDUS”**. Penyusunan tugas akhir skripsi ini guna untuk pemenuhan tugas akhir strata satu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada penulisan tugas akhir skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak, yang terhormat 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Faridhatun Faidah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2, yang telah memberikan segala petunjuk dan arahan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Pimpinan dan karyawan kedai Kopi Janji Jiwa Kota Kudus.
8. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan, perhatian dan doa.
9. Teman-teman saya yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi.
10. Erick Syah Putra, yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk saya selama proses penyusunan skripsi ini.

Tidak lupa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membaca.

Kudus, Januari 2024

Penulis



**Destyana Linda Kusumaningtyas**

NIM. 2019-11-026



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA KOPI JANJI JIWA KOTA KUDUS**

DESTYANA LINDA KUSUMANINGTYAS  
2019-11-026

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M  
2. Faridhatun Faidah, S.E., M.M

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

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Kopi Janji Jiwa Kota Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Janji Jiwa Kota Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan SEM AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**



***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE IN KOPI JANJI JIWA KUDUS CITY***

DESTYANA LINDA KUSUMANINGTYAS

2019-11-026

*Advisor* : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M  
2. Faridhatun Faidah, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of brand image and brand trust on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on Kopi Janji Jiwa, Kudus City. The population in this study were customers of Kopi Janji Jiwa Kudus City. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 120 respondents. This research uses a quantitative approach. Data analysis technique using SEM AMOS 24. The results showed that: brand image has an effect on customer satisfaction, brand trust has an effect on customer satisfaction, brand image has had an effect on customer loyalty, brand trust has had an effect on customer loyalty, customer satisfaction has had an effect on customer loyalty.*

***Keywords: Brand Image, Brand Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty***

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	13
1.3. Perumusan Masalah .....	13
1.4. Tujuan Penelitian .....	15
1.5. Manfaat Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	17
2.1 Loyalitas Pelanggan .....	17
2.1.1 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.2 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	17

2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	18
2.1.4 Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	19
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	20
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan .....	20
2.2.2 Komponen Kepuasan Pelanggan .....	21
2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	22
2.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	23
2.3 Citra Merek .....	25
2.3.1 Definisi Citra Merek .....	25
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek .....	26
2.3.3 Indikator Citra Merek .....	27
2.4 Kepercayaan Merek .....	28
2.4.1 Definisi Kepercayaan Merek .....	28
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek .....	29
2.4.3 Indikator Kepercayaan Merek .....	30
2.5 Teori Pengaruh Antar Variabel .....	32
2.5.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	32
2.5.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	33
2.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	35
2.5.4 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	36
2.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	37
2.6 Penelitian Terdahulu .....	37
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	44

2.8 Hipotesis .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	47
3.2 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional .....	47
3.2.1 Variabel Penelitian .....	47
3.2.2 Definisi Operasional .....	48
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	51
3.3.1 Jenis Data .....	51
3.3.2 Sumber Data .....	51
3.4 Populasi Dan Sampel .....	52
3.4.1 Populasi .....	52
3.4.2 Sampel .....	52
3.5 Pengumpulan Data .....	53
3.6 Uji Instrument Penelitian .....	54
3.6.1 Uji Validitas .....	54
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	55
3.7 Pengolahan Data .....	56
3.8 Analisis Data .....	57
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	57
3.8.2 Analisis SEM .....	58
3.8.3 Uji Hipotesis.....	65
3.8.4 Uji Mediasi.....	65
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	67
4.1.1 Profil Perusahaan.....	67
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	68
4.2 Penyajian Data .....	69
4.2.1 Karakteristik Responden .....	69
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	70
4.3 Uji Instrumen .....	74
4.3.1 Uji Validitas .....	74
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	77
4.4 Analisis Data .....	77
4.4.1 Normalitas Data .....	78
4.4.2 Evaluasi Outlier .....	79
4.4.3 Analisis Faktor Konfirmatori ( Confirmatory Factor Analysis) Eksogen dan Endogen.....	79
4.4.4 Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement Model</i> .....	85
4.4.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM) Full Model</i> .....	87
4.4.6 Analisis <i>Square Multiple Correlation</i> .....	89
4.4.7 Uji Hipotesis .....	90
4.4.8 Pengaruh Langsung ( <i>Direct</i> ) dan Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect</i> ).....	93
4.4.9 Uji Mediasi .....	94
4.5 Pembahasan .....	95
4.5.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	95
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	96

4.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	97
4.5.4 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	98
4.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	99
4.5.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	100
4.5.7 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan .....	100
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Saran .....	102
5.2.1 Saran Untuk Kopi Janji Jiwa Kota Kudus .....	102
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>111</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 3.1 Indeks Pengujian Kelayakan SEM.....	63
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	71
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek ( $X_2$ ).....	72
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).....	73
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ ).....	74
Tabel 4.7 Uji Validitas .....	75
Tabel 4.8 Uji Variance Extracted (AVE).....	76
Tabel 4.9 <i>Disriminant Validity</i> .....	76
Tabel 4.10 Uji <i>Construct Reliability</i> .....	77
Tabel 4.11 <i>Assesment of Normality</i> .....	78
Tabel 4.12 Analisis Outliers.....	79
Tabel 4.13 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen .....	81
Tabel 4.14 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen .....	82
Tabel 4.15 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Endogen .....	83
Tabel 4.16 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	84
Tabel 4.17 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Measurement Model</i> Sebelum Perbaikan.....	86
Tabel 4.18 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Measurement Model</i> Setelah Perbaikan .....	87
Tabel 4.19 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Full Model</i> .....	88



Tabel 4.20 <i>Standardized Regression Weights</i> .....	89
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi ( <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	90
Tabel 4.22 Uji Hipotesis <i>Regression Weights</i> .....	91
Tabel 4.23 Hasil Estimasi <i>Direct Effect Standardized Regression Weights</i> .....	93
Tabel 4.24 Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	94



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 1.1 Top Brand Index Kopi Lokal .....	6
Gambar 1.2 Grafik Rating Pesaing Kopi Janji Jiwa .....	7
Gambar 1.3 Review Konsumen Kopi Janji Jiwa Kudus .....	9
Gambar 1.4 Jumlah Pengikut Akun Instagram Pesaing Kopi Janji Jiwa.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	45
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen .....	80
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	83
Gambar 4.3 <i>Full Measurement</i> Model Sebelum Perbaikan .....	85
Gambar 4.4 <i>Full Measurement</i> Model Setelah Perbaikan .....	86
Gambar 4.5 Analisis Konfirmatori <i>Full Model</i> .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Hal</b>
Lampiran 1 Kuesioner.....	114
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	119
Lampiran 3 Frekuensi Data.....	126
Lampiran 4 Uji Instrumen.....	134
Lampiran 6 Analisis Data.....	137
Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian .....	149