



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*,
HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS KOPI LUWAK CAVRIZH, JEPARA)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Faticha Wafirotur Rohmah

NIM.2019-11-272

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

TAHUN 2024



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*,
HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS KOPI LUWAK CAVRIZH, JEPARA)**

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

Oleh :

Faticha Wafirotur Rohmah

NIM.2019-11-272

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

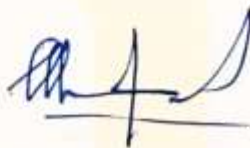
**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (KOPI LUWAK
CAVRIZH, JEPARA)**

Nama : Faticha Wafirotur Rohmah
NIM : 2019-11-272
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan tim penguji ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus

Pembimbing I




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

Pembimbing II



(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K)
NIDN. 0610019601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS
KOPI LUWAK CAVRIZH, JEPARA)**

Nama : Fatiha Wafirotur Rohmah
NIM : 2019-11-272
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


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


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

Mengetahui
Dekan



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

Pembimbing II


(Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K)
NIDN. 0610019601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Wasta`inu bish shabri wash shalah wa innaha lakabiratun illa alal khasyi`in “

(mohonlah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat, sesungguhnya

shalat itu benar-benar berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk)

– Al- Baqarah: 44

“Tidak mudah untuk menyembuhkan setiap rasa sakit bersama traumanya,
melewati fase demi fase yang akhirnya menyadarkan kamu bahwa rencana Allah

jauh lebih baik” – Ust. Hanan Attaki

Persembahan :

1. Kedua orang tua saya
tercinta
2. Teman-teman yang selalu
mendukung
3. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikum Wr. Wb

Dengan memanjatkan Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“analisis pengaruh brand image, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus kopi luwak cavrizh, Jepara).”** Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus konsentrasi Manajemen Pemasaran. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis 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 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. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
5. Rozaq M. Yasin, S.E, M.E.K selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Dosen Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
7. Kopi luwak Cavrizh Keling, Kabupaten Jepara sebagai objek dari skripsi saya ini, beserta pemilik yang telah membantu segala kelancarannya.

8. Keluarga, ke-Dua orang tua, Liviya Rizqiya, Not bad girl, dan teman-teman semua yang telah menghibur, menemani dan memberikan dukungan serta doa kepada penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini.
9. Faticha Wafirotur Rohmah, *last but no least*, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Kudus, Januari 2024

Penulis

Faticha Wafirotur R

NIM. 201911272

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
KASUS KOPI LUWAK CAVRIZH , JEPARA)**

FATICHA WAFIROTUR ROHMAH
201911272

Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, M.M
2 . Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

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

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pengaruh brand image, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus kopi cavrizh Keling, Jepara). Sampel pada penelitian ini yaitu 130 pelanggan kopi luwak cavrizh. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Analisis data menggunakan SEM AMOS 24. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, *brand image* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kopi luwak cavrizh Keling, Jepara.

Kata kunci : *brand image*, harga, kualitas produk, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen.

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND
PRODUCT QUALITY ON CONSUMER LOYALTY THROUGH
CONSUMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE (CASE
STUDY OF LUWAK CAVRIZH COFFEE, JEPARA)**

FATICHA WAFIROTUR ROHMAH

201911272

Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, M.M

2 . Rozaq M. Yasin, S.E., M.E.K

UNIVERSITY OF MURIA KUDUS

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of brand image, price and product quality on consumer loyalty through consumer satisfaction as an intervening variable (case study of Keling Cavrizh coffee, Jepara). The sample in this study was 130 customers of Cavrizh Luwak coffee. Data collection uses a questionnaire method. Data analysis used SEM AMOS 24. The results of the study concluded that brand image had a positive and insignificant effect on consumer loyalty, price had a positive and significant effect on consumer loyalty, product quality had a positive and significant effect on consumer loyalty, brand image had a positive and insignificant effect on satisfaction. consumers, price has a positive and significant effect on consumer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty for Kopi Luwak Cavrizh Keling, Jepara.

Keywords: brand image, price, product quality, consumer loyalty, consumer satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEUJUAN	Error! Bookmark not de
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not de
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	17
2.1.2 <i>Brand image</i>	18
2.1.3 Harga	22
2.1.4 Kualitas produk.....	25
2.1.5 Kepuasan konsumen	27
2.1.6 Loyalitas konsumen	29
2.2 Pengaruh antar variabel.....	31
2.2.1 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas Konsumen.....	31
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	32
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	32
2.2.4 Pengaruh Brand image terhadap Kepuasan Konsumen	33

2.2.5	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.2.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.2.7	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	34
2.3	Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	38
2.5	Perumusan Hipotesis.....	39
BAB III	METODE PENELITIAN	41
3.1	Rancangan Penelitian.....	41
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.2.1	Variabel Eksogen.....	41
3.2.2	Variabel Endogen	41
3.2.3	Variabel Intervening	42
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.3.1	Brand image.....	42
3.3.2	Harga	43
3.3.3	Kualitas Produk	43
3.4	Kepuasan Konsumen.....	44
3.5	Loyalitas Konsumen	45
3.6	Jenis dan Sumber Data	46
3.6.1	Data Primer.....	46
3.6.2	Data Sekunder.....	46
3.7	Populasi dan Sampel	46
3.7.1	Populasi	46
3.7.2	Sampel.....	47
3.8	Pengumpulan Data.....	48
3.8.1	Kuesioner.....	48
3.8.2	Observasi	48
3.9	Pengolahan Data	48
3.10	Uji Instrumen Penelitian	49
3.11	Analisis Data dan Uji Hipotesis	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2	Deskripsi Responden	56
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56

4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
4.3.1	Analisis Deskriptif variabel <i>Brand image</i>	58
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Harga	58
4.3.3	Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	59
4.3.4	Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	60
4.3.5	Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen.....	60
4.4	Uji Instrumen Penelitian	61
4.4.1	<i>Convergent Validity</i>	61
4.4.2	Average Variance Extracted (<i>AVE</i>).....	62
4.4.3	<i>Uji Validitas Discriminant Validity</i>	63
4.4.4	Uji Reliabilitas	64
4.5	Analisis Data.....	64
4.5.1	Uji Normalitas	64
4.5.2	Analisis Konfirmatory Variabel Eksogen	65
4.5.3	Pengujian Konfirmatory Eksogen Setelah Perbaikan.....	67
4.5.4	<i>Pengujian</i> Konfirmatory Variabel Endogen.....	68
4.5.5	Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen Setelah Perbaikan	70
4.5.6	Analisis Full Measurement Model Sebelum Perbaikan.....	71
4.5.7	Analisis Full Measurement Model Perbaikan	73
4.5.8	Analisis Full Model	74
4.6	Uji Hipotesis	75
4.6.1	<i>Uji</i> Hipotesis 1 : Pengaruh Brand image terhadap Loyalitas Konsumen.....	76
4.6.2	Uji Hipotesis 2 : Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	76
4.6.3	Uji Hipotesis 3 : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	76
4.6.4	Uji Hipotesis 4 : Pengaruh Brand image terhadap Kepuasan Konsumen.....	77
4.6.5	Uji Hipotesis 5 : Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	77
4.6.6	Uji Hipotesis 6 : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	77
4.6.7	Uji Hipotesis 7 : Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	77

4.6.8 Uji Mediasi	78
4.7 Pembahasan	80
4.7.1 Pengaruh Brand image terhadap Loyalitas Konsumen.....	80
4.7.2 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen	81
4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	82
4.7.4 Pengaruh Brand image terhadap Kepuasan Konsumen.....	83
4.7.5 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	84
4.7.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	85
4.7.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen....	87
4.7.8 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	87
4.7.9 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	88
4.7.10 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	89
BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
Gambar 4. 1 Hasil Analisis Konfirmatory Variabel Eksogen	66
Gambar 4. 2 Pengujian Konfirmatory Eksogen Setelah Perbaikan	67
Gambar 4. 3 Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen.....	69
Gambar 4. 4 Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen Setelah Perbaikan..	70
Gambar 4. 5 Analisis Full Measurement Sebelum Perbaikan.....	72
Gambar 4. 6 Analisis Full Measurement Setelah Perbaikan	73
Gambar 4. 7 Analisis Full Model	75

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Hasil Wawancara Pemilik Kopi Luwak Cavrizh Pada Bulan Juli 2023.....	5
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Brand image	58
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	59
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	59
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen	60
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	61
Tabel 4. 9 Convergent Validity	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji AVE.....	63
Tabel 4. 11 Uji Validitas Discriminant Validity	63
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 13 Normalitas.....	65
Tabel 4. 14 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	66
Tabel 4. 15 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	68
Tabel 4. 16 Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen.....	69
Tabel 4. 17 Pengujian Konfirmatory Variabel Endogen Setelah Perbaikan...	71
Tabel 4. 18 Full Measurement Sebelum Perbaikan	72
Tabel 4. 19 Full Measurement Setelah Perbaikan.....	74
Tabel 4. 20 Uji Hipotesis	76
Tabel 4. 21 Uji Mediasi Pengaruh Tidak Langsung	78
Tabel 4.22 Uji Mediasi Pengaruh Langsung.....	78
Tabel 4.23 Besar <i>Total Effect</i>	79

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	98
Lampiran 2 Surat Penelitian	103
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	105
Lampiran 4 Pengambilan Gambar Kuesioner Secara <i>Offline</i>	122

