



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*,  
KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PADA  
*D'GINA CAKE AND BAKERY* DI KUDUS**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

**KHARISMA DWI WULANSARI**

**NIM 2019-11-278**

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



**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*,  
KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PADA  
*D'GINA CAKE AND BAKERY* DI KUDUS**

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

Disusun oleh :

**KHARISMA DWI WULANSARI**

**201911278**

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

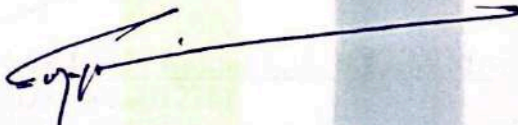
**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE,  
KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PADA  
D'GINA CAKE AND BAKERY DI KUDUS**

Nama : Kharisma Dwi Wulansari  
NIM : 201911278  
Program Studi : Manajemen

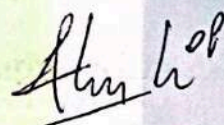
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ..23 februari 2024


Pembimbing I

  
**(Dr. Supriyono, S.E., M.M.)**  
NIDN. 0614037104

Pembimbing II

  
**(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.)**  
NIDN. 00220038001

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

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

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*,  
KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PADA  
*D'GINA CAKE AND BAKERY* DI KUDUS**

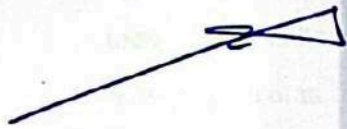
Nama : Kharisma Dwi Wulansari  
Nim : 2019 – 11 -278  
Program Studi : Manajemen

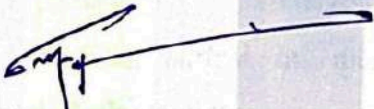
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 23 februari' 2024

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Pembimbing I

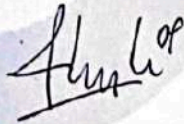
  
(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)  
NIDN. 0024037701

  
(Dr. Supriyono, S.E., M.M.)  
NIDN. 0614037104

Mengetahui  
Dekan

Pembimbing II

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

  
(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E.,M.M.)  
NIDN. 00220038001

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka manakala kamu telah selesai (dari satu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Allahlah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S. Al-Insyirah : 6-8)

### **PERSEMBAHAN :**

1. Setiap goresan tinta ini adalah wujud dari keagungan dan kasih sayang yang diberikan Allah SWT kepada umatnya.
2. Setiap detik waktu menyelesaikan skripsi ini merupakan hasil getaran doa kedua orang tua saya, saudara, dan orang-orang terkasih yang mengalir tiada henti.
3. Setiap pancaran semangat dalam penulisan skripsi ini merupakan dorongan dan dukungan dari sahabat-sahabatku tercinta.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PADA D’GINA CAKE AND BAKERY DI KUDUS*”**.

Adapun penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus disusun guna untuk memenuhi tugas akhir sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus .

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang peneliti alami. Berkat bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti berharap bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Namun peneliti menyadari bahwa tidak menutup kemungkinan didalamnya terdapat banyak kekurangan. Sehingga kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang 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. Dr. Supriyono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
5. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 2 yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing dan juga mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir (Skripsi).
6. Bapak dan juga Ibu Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Muria Kudus yang sudah banyak sekali meluangkan waktu untuk mengajarkan banyak materi yang sudah disampaikan kepada penulis.
7. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberi semangat terus menerus sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) ini.
8. Seluruh teman yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) yang tidak bisa ditulis penulis satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai referensi dan inspirasi bagi pembaca.

Kudus, 23 Februari 2024  
Peneliti



**Kharisma Dwi Wulansari**  
NIM. 201911278

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *BRAND IMAGE*,  
KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN STUDI KASUS PADA  
D'GINA CAKE AND BAKERY DI KUDUS**

**KHARISMA DWI WULANSARI**

NIM 201911278

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, S.E, M.M  
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

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

**ABSTRAK**

Tercapainya kepuasan konsumen dapat menciptakan hubungan yang berkesinambungan antara kedua belah pihak, dan untuk mencapai tujuan tersebut maka pemilik D'gina di Kabupaten Kudus perlu mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada D'gina Cake And Bakery Di Kudus. Penelitian kuantitatif ini memiliki 125 sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 125 konsumen D'gina Cake and Bakery memberikan hasil bahwa : (1) sosial media marketing tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. (2) brand image berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen. (3) kualitas produk berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen. (4) lokasi usaha berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci** : *Social Media Marketing*, *Brand Image*, Kualitas Produk,  
Lokasi Usaha, Kepuasan Konsumen.



***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND BUSINESS LOCATION ON CONSUMER SATISFACTION CASE STUDY AT D'GINA CAKE AND BAKERY IN KUDUS***

**KHARISMA DWI WULANSARI**

NIM 201911278

*Supervisors:* 1. Dr. Supriyono, S.E, M.M  
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

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

**ABSTRACT**

Achieving consumer satisfaction can create a sustainable relationship between both parties, and to achieve this goal, D'gina owners in Kudus Regency need to study the factors that influence consumer satisfaction.

The aim of this research is to analyze the influence of *social media marketing, brand image*, product quality and business location on consumer satisfaction in a case study at D'gina Cake and Bakery in Kudus. This quantitative research has 125 samples taken using purposive sampling technique.

The results of research conducted on 125 D'gina Cake and Bakery consumers showed that: (1) *social media marketing* has no partial effect on consumer satisfaction. (2) *brand image* has a partial positive effect on consumer satisfaction. (3) product quality has a partial positive effect on consumer satisfaction. (4) business location has a positive effect on consumer satisfaction.

***Keywords : Social Media Marketing, Brand Image, Product Quality, Business Location, Consumer Satisfaction.***

## DAFTAR ISI

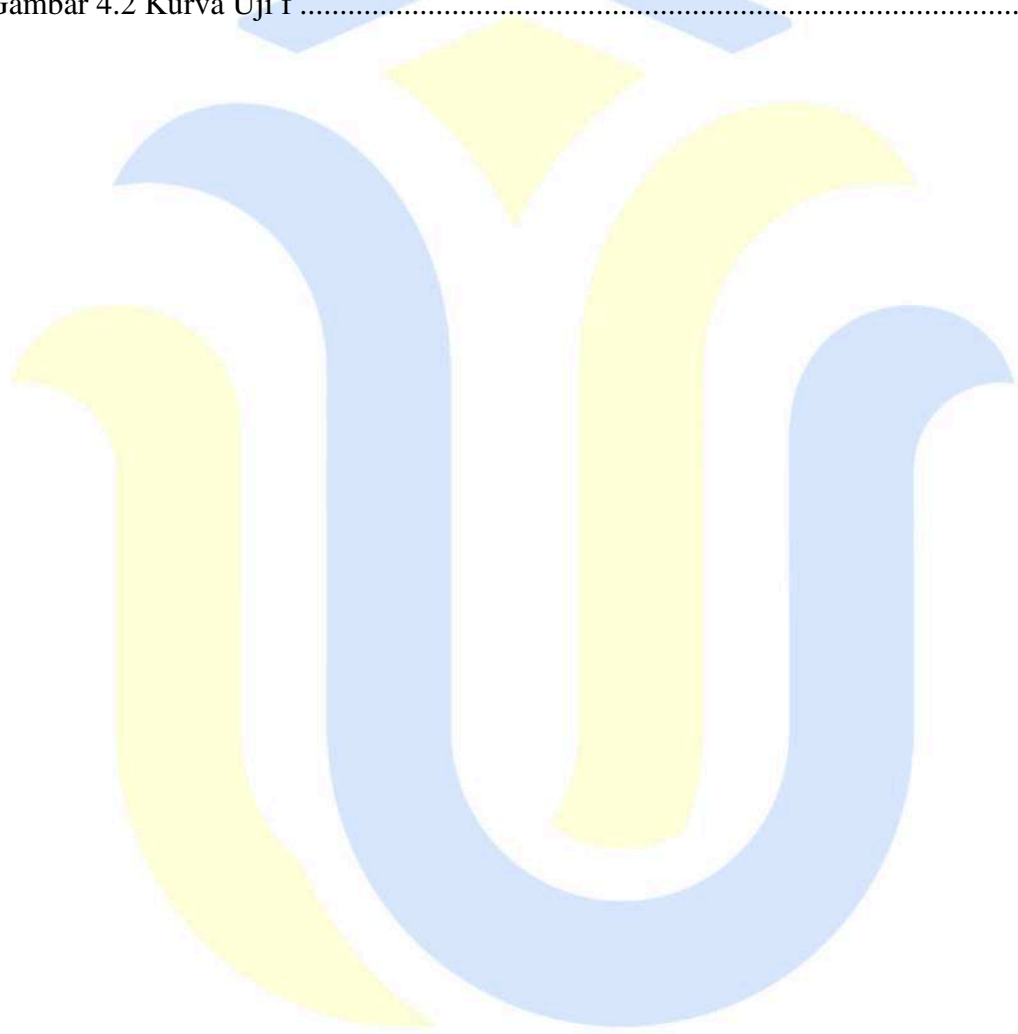
	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xivi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Konsep Pemasaran.....	11
2.2 <i>Social Media Marketing</i> .....	12
2.3 Brand Image.....	17
2.4 Kualitas Produk.....	19
2.5 Lokasi Usaha.....	23
2.6 Kepuasan Konsumen .....	26

2.7 Penelitian Terdahulu.....	30
2.8 Pengaruh Antar Variabel .....	33
2.9 Kerangka Pikir Teoritis.....	36
2.10 Hipotesis.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	38
3.2 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional .....	44
3.2.1. Variabel Penelitian .....	44
3.2.2. Definisi Operasional.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	45
3.5 Pengumpulan Data .....	46
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	47
3.7 Pengolah Data.....	48
3.8 Analisis Data.....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.2 Penyajian Data .....	55
4.2.1. Deskripsi Data Penelitian .....	55
4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	57
4.3 Analisis Data.....	61
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	61
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.3. Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda .....	68
4.4 Pembahasan .....	72
4.4.1. Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Kepuasan Konsumen.....	72

4.4.2. Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen .....	73
4.4.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	73
4.4.4. Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Kepuasan Konsumen .....	74
4.4.5. Pengaruh Sosial Media Marketing, Brand Image, Kualitas Produk, dan Lokasi Usaha terhadap Kepuasan Konsumen .....	85
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>85</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 D'gina <i>Cake and Bakery</i> .....	6
Gambar 2.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing, Brand Image, Kualitas Produk, dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada D'gina</i> .....	36
Gambar 4.1 Grafik Scatterplots .....	67
Gambar 4.2 Kurva Uji f .....	



## DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Data

