



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA BELI KOPI
KUDUS**

Diajukan Oleh:

ALFIN SURYO ATMOJO

NIM 201711481

**PROGAM STUDI MANAJMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA BELI KOPI
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 :

ALFIN SURYO ATMOJO

NIM. 201711481

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

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BELI KOPI
KUDUS**

Nama : Alfin Suryo Atmojo
NIM : 201711481
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, S.E., M.M., Ph.D)

NIDN. 0626017003

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)

NIDN. 0520017602

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BELI KOPI
KUDUS**

Nama : Alfin Suryo Atmojo
NIM : 201711481
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Mengetahui

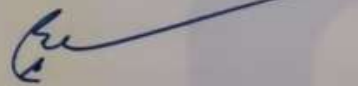
Ketua Program Studi



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

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)

NIDN. 0626017003

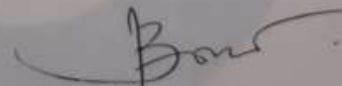
Mengetahui

Dekan


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

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Agung Subono, S.E., M.Si)

NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."

- (Surat Al-Anfal ayat 46) -

PERSEMBAHAN :

Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi, penulis persembahkan karya kecil ini untuk:

1. Kepada dua orang tua yang telah memberikan segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku
2. Teman-teman seangkatan yang selalu bersama dan saling mendukung satu sama lain

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening di Beli Kopi Kudus”**, ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan 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. Sutono, S.E., M.M.,Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Agung Subono, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi.
6. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

7. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi.
8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin*.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, 2024

Penulis,

Alfin Suryo Atmojo
NIM. 201711481

Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening di Beli Kopi Kudus

Alfin Suryo Atmojo

NIM. 201711481

Pembimbing : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D

2. Agung Subono, S.E., M.Si

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan citra merek sebagai variabel intervening di Beli Kopi Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen Beli Kopi Kudus yang berjumlah 150 responden dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuisioner. Teknik analisis data menggunakan analisis *structural equation model* (SEM) AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap citra merek Beli Kopi Kudus. Kualitas produk tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap citra Beli Kopi Kudus. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap citra merek Beli Kopi Kudus. Promosi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Beli Kopi Kudus. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Beli Kopi Kudus. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Beli Kopi Kudus. Citra merek tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen Beli Kopi Kudus.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen.

***The Influence of Promotion, Product Quality, and Service Quality
on Consumer Satisfaction with Brand Image as an Intervening
Variable in Beli Kopi Kudus***

Alfin Suryo Atmojo

NIM. 201711481

Lecturer : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D

2. Agung Subono, S.E., M.Si

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of promotion, product quality and service quality on consumer satisfaction with brand image as an intervening variable at Beli Kopi Kudus. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample was Beli Kopi Kudus consumers, totaling 150 respondents and sampling used purposive sampling. Data collection techniques use the questionnaire method. The data analysis technique uses AMOS structural equation model (SEM) analysis. The research results show that promotion has a significant positive effect on the brand image of Beli Kopi Kudus. Product quality does not have a significant negative effect on the image of Beli Kopi Kudus. Service quality does not have a significant positive effect on the brand image of Beli Kopi Kudus. Promotions do not have a significant positive effect on consumer satisfaction at Beli Kopi Kudus. Product quality has a significant positive effect on consumer satisfaction at Beli Kopi Kudus. Service quality has a significant positive effect on consumer satisfaction at Beli Kopi Kudus. Brand image does not have a significant negative effect on consumer satisfaction at Beli Kopi Kudus.

Keywords: *Promotion, Product Quality, Service Quality, Brand Image and Consumer Satisfaction.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	12
2.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.3 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	15
2.2 Citra Merek	16
2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	16
2.2.2 Indikator Citra Merek	17
2.3 Promosi	18

	Halaman
2.3.1 Pengertian Promosi.....	18
2.3.2 Indikator Promosi	19
2.4 Kualitas Produk.....	20
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	20
2.4.2 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.5 Kualitas Pelayanan	21
2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	21
2.5.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.6.1 Pengaruh Promosi terhadap Citra Merek.....	23
2.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek	24
2.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek ..	25
2.6.4 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.6.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.6.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	27
2.6.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	27
2.7 Penelitian Terdahulu	28
2.8 Kerangka Pemikiran.....	34
2.9 Hipotesis.....	35

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	36
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data.....	39
3.3.2 Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	40

	Halaman
3.5 Pengumpulan Data	40
3.6 Uji Instrumen Penelitian	41
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Pengolahan Data.....	42
3.8 Analisis Data	43
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	48
3.10 Teknik Pengujian Mediasi	49

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden	50
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.3 Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir	51
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	52
4.2. Statistik Deskriptif	52
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Promosi	52
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	53
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	54
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	55
4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	56
4.3. Analisis Data	58
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
1. Uji Validitas	58
a. <i>Convergent Validity</i>	58
b. <i>Avarage Variance Extracted (AVE)</i>	63
c. <i>Discriminant Validity</i>	63
2. Uji Reliabilitas	64
4.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	65
1. Uji Normalitas Data	65

	Halaman
2. Uji <i>Outlier</i>	66
4.3.3 Analisis Konfirmatori <i>Full Model</i>	67
4.3.4 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	69
4.3.5 Uji Hipotesis	71
4.3.6 Uji Mediasi	74
4.4. Pembahasan.....	75
4.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Citra Merek pada Beli Kopi Kudus.....	75
4.4.2 Pengaruh Kualitas produk terhadap Citra Merek pada Beli Kopi Kudus.....	77
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek pada Beli Kopi Kudus.....	79
4.4.4 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Beli Kopi Kudus.....	80
4.4.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Beli Kopi Kudus	82
4.4.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Beli Kopi Kudus	84
4.4.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Beli Kopi Kudus	86
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran.....	89
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rekap Review Konsumen Pada Variabel Promosi	2
Tabel 1.2 Rekap Review Konsumen Pada Variabel Kualitas Produk ..	3
Tabel 1.3 Rekap Review Konsumen Pada Variabel Kualitas Pelayanan	4
Tabel 1.4 Rekap Review Konsumen Pada Variabel Kepuasan konsumen	5
Tabel 1.5 Rekap Review Konsumen Pada Variabel Citra Merek	6
Tabel 3.1 Skala Likert	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian	52
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Promosi	53
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	56
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.10 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Measurement</i> Tahap Awal	59
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Convergent Validity Full Measurement</i> Tahap Awal	60
Tabel 4.12 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Measurement</i> Tahap Akhir	62
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Convergent Validity Full Measurement</i> Tahap Akhir	62
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	63
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	64
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	65

	Halaman
Tabel 4.17 Uji Normalitas Data	66
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Outlier</i>	67
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Full Model Goodness Of Fit</i> SEM	68
Tabel 4.20 Nilai <i>Regression Weights</i>	69
Tabel 4.21 Hasil Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	70
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis	72
Tabel 4.23 Hasil Analisis <i>Direct, Indirect</i> dan <i>Total Effect</i>	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Diagram Jalur	44
Gambar 4.1 <i>Full Measurement</i> Tahap Awal	59
Gambar 4.2 <i>Full Measurement</i> Tahap Akhir	61
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Full Model Structural Equation Modelling</i> (SEM)	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner Penelitian
Lampiran	2	Data Identitas Responden
Lampiran	3	Tabulasi Kuesioner
Lampiran	4	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	5	Uji Reliabilitas
Lampiran	6	Uji Konstruk
Lampiran	7	<i>Output Full Model</i>
Lampiran	8	Hasil Uji <i>Standardized Regression Weights</i>