



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA
RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI HOLYTEA KUDUS)**

Oleh :

ZIDNA KAUTSAR

2020-11-425

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

TAHUN 2025



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA
RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI HOLYTEA KUDUS)**

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

Kudus

Oleh :

ZIDNA KAUTSAR

202011425

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

TAHUN 2025

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA
RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI HOLYTEA KUDUS)**

Nama : Zidna Kautsar

NIM : 202011425

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 28 Februari 2025

Pembimbing I



(Drs. H. M. Masruri, M.M)

NIDK. 8922860023

Pembimbing II



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)

NIDN. 0606058801

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA
RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI HOLYTEA KUDUS)**

Nama : Zidna Kautsar
NIM : 202011425
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 28 Februari 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



(Drs. H. M. Masruri, M.M)
NIDK. 8922860023

Mengetahui,



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

Pembimbing II



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah, 2: 286)

“Terbentur, Terbentur, Terbentur, Terbentur”

(Tan Malaka)

“Segala sesuatu yang berani dimulai, maka harus diakhiri sampai selesai”

(Zidna Kautsar)

PERSEMBAHAN :

“Dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua, kakak, kekasih, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberikan support untuk menyelesaikan skripsi ini.”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Ungkapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis tujukan 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. Drs. H. M. Masruri, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang sudah memberikan bimbingan, arahan, dan meluangkan waktu mulai awal hingga akhir kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, meluangkan waktu, mencurahkan tenaga dan pikirannya dari mulai proposal sampai akhir kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.
6. M. Syaffruddin Kuryanto, S.Si., M.Or., selaku Pembina UKM Olahraga sekaligus orangtua penulis di Universitas Muria Kudus. Terimakasih telah membina, membimbing, membantu support penulis di Unit Kegiatan Olahraga

dan dalam proses skripsi sehingga penulis tetap berprestasi di masa akhir Pendidikan Strata satu ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu, semangat, dan dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
8. Kepada kedua orangtua, Bapak Slamet Rachmat dan Ibu Islamiyah atas pengorbanan baik moral atau materi, memotivasi, dan selalu medoakan. Tak lupa dukungan penuh yang diberikan selama ini. Semoga Allah SWT membalas setiap keringat yang kalian korbankan, atas semua kasih sayangmu yang tak terukur oleh apapun nilainya. Terimakasih Bapak dan ibu tercinta.
9. Kedua kakak M. Rochis Rahmawan dan Rachmat Ginanjar terimakasih atas semangat dan support dalam mengerjakan skripsi ini. Tetaplah menjadi orang sabar dan ikhlas. Semoga Allah SWT melancarkan semua urusan kalian.
10. Manajer, Pelatih, Ahli Gizi, dan teman-teman di PTM Sukun yang selalu memberikan arahan, support, dan motivasi sehingga penulis dapat membagi waktu untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk Mas Aim, seseorang yang tak kalah penting kehadirannya. Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan hidup penulis. Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat, tenaga dan pikiran, waktu, perhatian, dan mau mendengarkan keluh kesah serta menjadi sandaran saat penulis berada dititik rendah.

12. Sahabat penulis, Elvance Hidayat Cahaya Aika yang telah banyak membantu dan kebersamaan proses penulis dari awal sampai tugas akhir. Terimakasih atas bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.
13. Teman-teman (Elva, Musfiah, Zakiya, Anggia, Ayu Intan, dan Zuliyani) dan seluruh teman Program Studi Manajemen Angkatan 2020 dan seluruh pihak yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah ini.
14. Dan yang terakhir, untuk Zidna Kautsar. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidaklah mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Kudus, 12 November 2024

Penulis



Zidna Kautsar

202011425

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITA
RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI HOLYTEA KUDUS)**

ZIDNA KAUTSAR
2020-11-425

Dosen Pembimbing : 1. Drs. H. M. Masruri, M.M.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menguji pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Cita Rasa (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis melalui perangkat lunak SPSS versi 26. Sampel yang digunakan sebanyak 140 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Cita Rasa (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil uji f (simultan) juga menunjukkan bahwa Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Cita Rasa (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Kepuasan Konsumen

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, AND TASTE ON
CONSUMER SATISFACTION
(CASE STUDY OF CONSUMERS AT HOLYTEA KUDUS)**

ZIDNA KAUTSAR
202011425

Advisor :

1. Drs. H. M. Masruri, M.M.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

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

ABSTRACT

This study aims to test the effect of Brand Image (X1), Service Quality (X2), and Taste (X3) on Consumer Satisfaction (Y). Data analysis used is multiple linear regression analysis, validity and reliability test, classical assumption test and hypothesis test through SPSS software version 26. The sample used was 140 respondents. The method used in this study was purposive sampling. The results of the study showed that Brand Image (X1), Service Quality (X2), and Taste (X3) partially had a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (Y). The results of the f test (simultaneous) also showed that Brand Image (X1), Service Quality (X2), and Taste (X3) simultaneously had an effect on Consumer Satisfaction (Y).

Keywords: Brand Image, Service Quality, Taste, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	11
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Citra Merek	14
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3 Cita Rasa	19
2.1.4 Kepuasan Konsumen	23
2.2 Pengaruh Antar Variabel	25
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.2.3 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Kosumen.....	26
2.2.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen	27
2.3 Penelitian Terdahulu.....	28
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31

2.5 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Rancangan Penelitian	33
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.2.1 Variabel Penelitian.....	33
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data	37
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel	38
3.5 Pengumpulan Data	39
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	39
3.7 Pengolahan Data.....	41
3.8 Analisis Data	41
3.8.1 Analisis Data Deskriptif.....	41
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.9 Uji Hipotesis.....	44
3.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	44
3.9.2 Uji Simultan (Uji F).....	45
3.10 Analisis Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum Holytea	47
4.2 Penyajian Data.....	48
4.2.1 Dekripsi Karakteristik Responden	48
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	50
4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.3.2 Uji Normalitas.....	57

4.3.3 Uji Multikolinearitas.....	59
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	60
4.3.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.3.6 Pengujian Hipotesis	63
4.4 Pembahasan	67
4.4.1 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	67
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	68
4.4.3 Pengaruh Cita Rasa (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	69
4.4.4 Pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Cita Rasa (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
Lampiran	78