

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN OTAK-OTAK BANDENG BU MUZANAH
DI GRESIK**

SKRIPSI



**Oleh :
AULIA PUTRI SHOFANI
NPM: 09.311.004**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
Juli, 2013**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN OTAK-OTAK BANDENG BU MUZANAH
DI GRESIK**

SKRIPSI

Untuk menyusun skripsi pada program
stara satu (S1) fakultas ekonomi

Oleh:

**AULIA PUTRI SHOFANI
NPM : 09.311.004**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
Juli 2013**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN OTAK-OTAK BANDENG BU MUZANAH
DI GRESIK**

**Oleh :
AULIA PUTRI SHOFANI
NPM : 09.311.004**

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal : 26 Juli 2013

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Nur Laily., M.Si.
NIP: 03 110 006 049

Sukaris, S.E, M.S.M.
NIP. 03 105 061 19

Penguji

Drs.Ec. Budiyo Pristyadi, M.M
NIP: 031 389 0916

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi
Manajemen

Anwar Hariyono, S.E.,M.Si
NIP. 03 219 604 028

Sukaris, S.E, M.S.M.
NIP. 03 105 061 19

PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah Di Gresik.

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 26 Juli 2013 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, 26 Juli 2013
Yang membuat pernyataan

Aulia Putri Shofani

Saksi 1, sebagai pembimbing I skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi.

Dr. Nur Laily, M.Si.

Saksi 2, sebagai pembimbing II skripsi merangkap anggota tim penguji skripsi.

Sukaris, S.E, M.S.M.

Saksi 3, sebagai anggota tim penguji skripsi.

Drs. Ec. Budiyo Pristyadi, M.M.

MOTO DAN PERSEMBAHAN

**"SESUNGGUHNYA SESUDAH KESULITAN ITU ADA KEMUDAHAN"
(Q.S. ALAM NASYRAH : 6)**

*Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu akan menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum (hakim) sedangkan harta terhukum. Kalau harta itu akan berkurang apabila dibelanjakan, tetapi ilmu akan bertambah apabila dibelanjakan.
(Sayidina Ali bin Abi Thalib)*

**"Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah Untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita Menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil"
(Mario Teguh)**

**Sebuah persembahan untuk kedua orang tua ku tercinta
Ayahku, Mohammad Ibrahim dan Bundaku, Ida
Lismawati.
Terimakasih untuk doa, dukungan dan kasih sayang yang
diberikan
Suamiku, Arifin..Malaikat kecilku. Ahmad Reza Al-farisi.
Dan kakak-kakak tecinta, Ahmad Rifqi Taufiqi, Ahmad
Faishol Habibie dan Kak Nandya Imanda,
serta Teman-teman yang tercinta.**

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, hidayah, dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah Di Gresik**”.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, memberikan pengarahan, bimbingan, dan kerjasama selama pelaksanaan penelitian hingga penyusunan skripsi ini, diantaranya adalah :

1. Tri Ariprowo, SE.,M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Anwar Hariyono, SE.,M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Sukaris SE.,M.S.M. Selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Nur Laily,.M.Si. Selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Sukaris SE.,M.SM.. Selaku dosen wali dan dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini.

6. Ayah dan Ibu tercinta terima kasih untuk semua doa restu, kasih sayang, kesabaran dan dukungan moral serta finansial selama proses skripsi ini.
7. Suami dan Putraku tersayang yang selalu memberikan semangat dan dorongan serta memberikan doa dalam penyusunan penelitian ini terutama.
8. Segenap teman-teman manajemen seangkatan yang telah memberikan dukungan serta spirit selama menuntut ilmu dan penyusunan penelitian ini.

Semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai bahan kajian maupun sebagai salah satu sumber informasi.

Gresik, 26 Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Kualitas Produk	10
2.2.1.1 Pengertian Produk	10
2.2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	12
2.2.1.3 Dimensi Kualitas Produk.....	14
2.2.1.4 Konsep Kualitas Produk.....	15
2.2.2 Citra Merek.....	15
2.2.2.1 Pengertian Merek.....	15
2.2.2.2 Penetapan Merek	18
2.2.2.3 Manfaat Merek	18
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	21
2.2.3.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan	22
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	23

2.2.4.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
2.2.4.2	Manfaat Loyalitas Pelanggan	24
2.2.4.3	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	25
2.2.5	Hubungan antar Konsep	25
2.2.5.1	Hubungan Kuliatas Produk dengan Loyalitas Pelanggan	25
2.2.5.2	Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan	26
2.2.5.3	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	27
2.2.6	Kerangka Berpikir	28
2.2.7	Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendekatan Penelitian.....	29
3.2	Lokasi Penelitian	29
3.3	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel	30
3.4	Identifikasi dan Operasional Variabel	30
3.4.1	Identifikasi Variabel	30
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	31
3.5	Jenis dan Sumber Data	33
3.5.1	Jenis Data.....	33
3.5.2	Sumber Data	33
3.5.2.1	Data Primer.....	33
3.5.2.2	Data Sekunder	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data	34
3.7	Uji Instrumen.....	35
3.7.1	Uji Validitas.....	35
3.7.2	Uji Reliabilitas	36
3.8	Uji Normalitas	37
3.9	Uji Multikolinieritas	37
3.10	Teknik Analisis Data	38
3.11	Uji Hipotesis.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1	Latar Belakang Bu Muzanah Store	41
4.1.2	Visi dan Misi Bu Muzanah	42
4.1.3	Struktur Orgnisasi.....	42
4.1.4	Legalitas Perusahaan	42
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2.1	Identifikasi Responden	43
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden	45
4.3	Uji Instrumen.....	50

4.3.1	Uji Validitas	50
4.3.2	Uji Reliabilitas	51
4.4	Uji Normalitas	51
4.5	Uji Multikolinieritas	52
4.6	Analisis Jalur	53
4.7	Uji Hipotesis	56
4.8	Interpretasi Hasil	63
4.8.1	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
4.8.2	Citra Merek Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4.8.3	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	64
4.8.4	Citra Merek Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	65
4.8.5	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	65
4.8.6	Kualitas Produk Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	66
4.8.7	Citra Merek Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	66
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan, Persamaan dan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	9
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	44
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli	45
Tabel 4.5	Diskripsi Jawaban Responden untuk Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.6	Diskripsi Jawaban Responden untuk Citra Merek	47
Tabel 4.7	Diskripsi Jawaban Responden untuk Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4.8	Diskripsi Jawaban Responden untuk Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolenieritas	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	28
Gambar 3.1	Distribusi Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji t.....	40
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	52
Gambar 4.2	Diagram Jalur Hasil Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Langsung Dan Tidak Langsung Melalui Variabel Kepuasan Pelanggan	55
Gambar 4.3	Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pada Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	58
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pada Variabel Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pada Variabel Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	60
Gambar 4.6	Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pada Variabel Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	61
Gambar 4.7	Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pada Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabel Distribusi t
- Lampiran 3 Tabel r Product Moment
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Multikolenieritas
- Lampiran 8 Analisis Path
- Lampiran 9 Tabulasi

Aulia Putri Shofani 09.311.004, **Pengaruh Kualitas produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah di Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli, 2013

Abstrak

Topik yang paling banyak dibicarakan, diteliti dan ditulis saat ini oleh para ahli pemasaran adalah mengenai kepuasan pelanggan yang pada akhirnya membentuk loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Kualitas suatu produk dan merek yang sudah dikenal masyarakat akan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan memperkuat kesetiaan pelanggan dan dapat menarik konsumen lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada otak-otak bandeng Bu Muzanah di Gresik. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis path dengan bantuan SPSS versi 20.0. Pengambilan sampel sebanyak 100 responden dalam penelitian ini menggunakan metode *incidental sampling*. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari hasil hitung sebesar $3,024 > t$ tabel $1,9847$, citra merek tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dari hasil hitung sebesar $0,154 < 1,9847$, kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dari hasil hitung sebesar $2,903 > 1,9847$, citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dari hasil hitung sebesar $5,114 > 1,9847$, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dari hasil hitung sebesar $4,165 > 1,9847$.

Kata Kunci: kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan