

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PARA
PELANGGAN ERIGO DI WILAYAH UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammdiyah Surakarta

Disusun Oleh :

RAHMAT NURIYANTO

B100190223

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. A Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta- 57102

FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

04 Januari 2023

Assalamu'alaikum wr wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing skripsi menyatakan

Nama Mahasiswa : Rahmat Nuriyanto

NIM : B100190223

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PARA PELANGGAN ERIGO DI WILAYAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)

Pembimbing : Ir. Irmawati, S.E., M.Si.

Bahwa skripsi dari mahasiswa tersebut telah melakukan proses pembimbingan sesuai prosedur yang telah ditetapkan dan disetujui untuk menempuh ujian skripsi.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Wasalamu'alaikum salam wr wb.

Surakarta, 04 Januari 2023

Dosen Pembimbing

(Ir. Irmawati, S.E., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PARA PELANGGAN ERIGO DI WILAYAH UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)

Yang ditulis dan disusun oleh :

RAHMAT NURIYANTO

B100190223

Telah dipertimbangkan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 12 Januari 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Ir. Irmawati, S.E., M.Si.

(.....)

2. Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D.

(.....)

3. Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RAHMAT NURIYANTO
NIRM : B10019022
Jurusan : EKONOMI MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH *PRODUCT QUALITY*
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PARA
PELANGGAN ERIGO DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 JANUARI 2023

Yang membuat pernyataan,

RAHMAT NURIYANTO

MOTTO

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya “

(Q.S. Ath-Thalaq ayat 2-3)

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”

(Imam Syafi’i)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT yang memberikan rahmat, karunia, nikmat, kemudahan serta hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman Jahiliyah menuju zaman yang terang bendferang ini.
3. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti, semangat dan motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di Universitas Muhammadiyah ini.
4. Sahabat-sahabatku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah sekalian.
5. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *product quality*, *Brand image* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Erigo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, dimana peneliti menggunakan populasi wilayah UMS yang membeli produk erigo. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *outer model* yang meliputi uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas, serta menggunakan teknik analisis *inner model* yang meliputi *R-Square*, *effect size (F-Square)*, *predictive important (Q-square)*, pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product quality* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, *Brand image* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, *product quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, *Brand image* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berhasil menyampaikan pengaruh *product quality* terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan tidak dapat menyampaikan pengaruh *Brand image* terhadap loyalitas pelanggan

Kata Kunci: *Brand image*; kepuasan pelanggan; loyalitas pelanggan; *product quality*

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, Brand image and customer satisfaction on Erigo's customer loyalty. The method used in this study is a quantitative method using a non-probability sampling technique, in which researchers use the population of the UMS area that buys erigo products. The data analysis technique used is outer model analysis which includes convergent validity tests, discriminant validity tests and reliability tests, as well as using inner model analysis techniques which include R-Square, effect size (F-Square), predictive importance (Q-square), Hypothesis test. The results showed that product quality has no positive effect on customer loyalty, Brand image has no positive effect on customer loyalty, product quality has a positive effect on customer satisfaction, Brand image has a positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty, customer satisfaction has succeeded in conveying the effect of product quality on customer loyalty, and customer satisfaction cannot convey the effect of Brand image on customer loyalty.

Keywords: Brand image; customer satisfaction; customer loyalty; product quality

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Pengaruh *Product quality* Dan *Brand image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Para Pelanggan Erigo Di Wilayah Universitas Muhammadiyah Surakarta) , Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si., Selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, SE., M.Si., selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dorongannya dalam membantu menyelesaikan perkuliahan penulis.
5. Ibu Ir. Irmawati, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Jurusan Manajemen yang rela membimbing dan menularkan ilmu - ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan yang tiada bosan memberikan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menaschati demi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Surakarta, Desember 2022



Rahmat Nuriyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
FORM PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 <i>Product quality</i>	10
2.1.2 <i>Brand image</i>	11
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	12
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	13

2.2	Penelitian Terdahulu.....	14
2.3	Hipotesis	16
2.4	Kerangka Pemikiran	23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		24
3.1	Populasi, Sampel, dan Metode pengambilan Sampel.....	24
3.1.1	Populasi	24
3.1.2	Sampel.....	24
3.2	Metode pengambilan sampel.....	26
3.3	Data dan sumber data	26
3.4	Metode Pengumpulan Data	27
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	28
3.5.1	Variabel-varibel yang digunakan dalam penelitian.....	28
3.6	Metode Analisis Data	30
3.6.1	Analisa <i>Outer model</i> (Model Pengukuran)	30
3.6.2	Analisis <i>Inner model</i>	32
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Sejarah Singkat.....	35
4.2	Karakteristik Responden	35
4.2.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	35
4.2.2	Karakteristik responden berdasarkan usia	36
4.2.3	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan	36
4.2.4	Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	37
4.2.5	Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan.....	37
4.3	Analisis Data	38
4.3.1	<i>Outer model</i>	38

4.3.2	<i>Inner model</i>	45
4.3.3	Pengujian Hipotesis.....	48
4.3.4	Pembahasan.....	53
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Keterbatasan Penelitian	59
5.3	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar 10 Merek Lokal <i>Recommended</i> Menurut IDN Times.....	3
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	35
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	36
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	36
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	37
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan	37
Tabel 4. 6 Nilai <i>Convergent validity</i>	39
Tabel 4. 7 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	40
Tabel 4. 8 Nilai <i>Cross loading</i>	41
Tabel 4. 9 <i>Composite Reliability</i>	42
Tabel 4. 10 <i>Cronbach's Alpha</i>	43
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearita.....	43
Tabel 4. 12 Nilai <i>R-Square</i> dan <i>R- Square Adjusted</i>	45
Tabel 4. 13 Nilai <i>F- Square</i>	47
Tabel 4. 14 <i>Path Coefisien (Direct Effect)</i>	49
Tabel 4. 15 <i>Path Coefisien (Indirect Effect)</i>	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4. 1 Hasil <i>Outer model</i>	44
Gambar 4. 2 <i>Inner model</i>	45