

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK TEH  
BOTOL SOSRO**

**(Studi Kasus Pada Komplek Kementerian Dalam Negeri Karang  
Mulya)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**Nama : Rinaldi Rahadian**

**NIM : 43112010018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rinaldi Rahadian

NIM : 43112010018

Program Studi : Manajemen S1

Meyatakan bahawa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan Plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Maret 2017



Rinaldi Rahadian

NIM : 43112010018

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

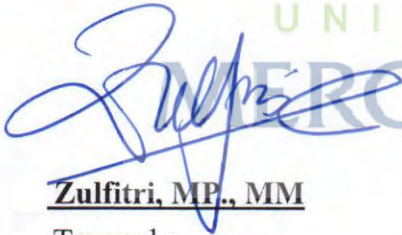
Nama : Rinaldi Rahadian  
NIM : 43112010018  
Program Studi : Manajemen S-1  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap  
Loyalitas Konsumen Pada Produk Teh Botol Sosro (Studi  
Kasus Pada Komplek Kementerian Dalam Negeri Karang  
Mulya)

Tanggal Lulus Ujian:

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



Zulfitri, MP., MM



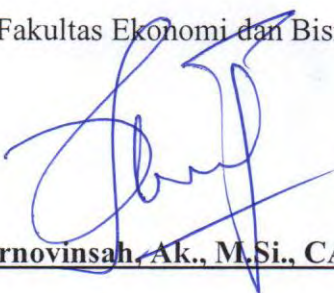
Mochamad Rizki Sadikin, BBA., MBA

Tanggal :


Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA



Dudi Permana, ST., MM., Ph.D

Tanggal :

Tanggal: 15/3-2017

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by the lack of consumer interest towards Teh Botol Sosro product when compared with its competitors in phase 1, 2016. To see the existing problems, the study was aimed at analyzing how to increase consumer loyalty, supported improvement of brand image and product quality.*

*This study was conducted on 93 respondents of Teh Botol Sosro consumers in Komplek Kementerian Dalam Negeri – Karang Mulya. The question is given by using a questionnaire consisting of closed questions. Answers of respondents to the responses covered the variables examined were analyzed by Structural Equation Modelling using SPSS 22.0*

*Research results show the variable brand image and quality product has a positive and significant influence on variable consumer loyalty.*

*Key Words: brand image, product quality, consumer loyalty*



## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya minat konsumen terhadap produk Teh Botol Sosro jika dibandingkan dengan pesaingnya pada fase 1 tahun 2016. Dengan melihat permasalahan yang ada, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen dengan didukung peningkatan citra merek dan kualitas produk.

Penelitian ini dilakukan terhadap 93 responden konsumen produk Teh Botol Sosro di Komplek Kementerian Dalam Negeri - Karang Mulya. Pertanyaan diberikan dengan menggunakan kuisisioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup. Jawaban responden terhadap jawaban-jawaban tertutup mengenai variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini kemudian dianalisis *Structural Equation Modelling* dengan menggunakan program SPSS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, loyalitas konsumen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya dan para sahabatnya.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana. Judul yang penulis ajukan adalah **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Komplek Kementerian Dalam Negeri Karang Mulya)”** Dalam proses penulisan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi di dalamnya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak tersebut, diantaranya:

1. Ir. Zulfitri, MP, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Dudi Permana, MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
5. Seluruh dosen – dosen Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terutama dosen-dosen jurusan Manajemen, terima kasih banyak atas bantuannya selama ini dalam membina dan memberikan ilmu pengetahuannya.
6. Ayahanda Tasim dan Ibunda Sri Wihartini Asmi, S. Sos, yang selalu memberikan kasih sayang dan mendoakan serta motivasi yang tiada henti.
7. Angling Laraswaty Kemuning, SE, yang selalu menemani dalam mengerjakan penelitian ini.
8. Nina Muhlisari, yang selalu memberikan kasih sayang dan sabar membantu ku dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Sahabat ku tercinta Abu Rizal, Aldian, Billy, Syaifulloh, Fauzan dan semua nya mahasiswa Manajemen angkatan 2012.
10. Teman-teman seperjuanganku Agung, Prambudi, Masyruchin yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat ku tercinta Indra Gunawan, Tonny Andriawan, Rifky Dewandaru, Rizki Haryoprakoso, Fijar Fauzi yang selalu membantu menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman keluarga besar Garasi Samping Musik Studio yang selalu mendukung dan membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta , 10 Maret 2017

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Rinaldi Rahadian

NIM : 43112010018



## Daftar Isi

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN RERANGKA PEMIKIRAN</b>	
A. Manajemen Pemasaran.....	10
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	10
2. Bauran Pemasaran .....	11
3. Konsep Pemasaran .....	12
B. Citra Merek .....	12
1. Pengertian Merek .....	12
2. Tingkatan Pesan Merek.....	13
3. Strategi Merek.....	15
4. Pengertian Citra Merek .....	16
5. Strategi untuk mencapai Citra Merek yang kuat.....	19

6. Mendiferensiasikan Citra ( <i>image</i> ).....	19
C. Kualitas Produk.....	20
1. Pengertian Kualitas Produk.....	20
2. Jenis-jenis Produk.....	22
3. Langkah-langkah Strategi Produk.....	24
D. Loyalitas Konsumen.....	27
1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	27
2. Jenis-jenis Loyalitas.....	29
E. Peneliti Terdahulu.....	32
F. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
1. Waktu Penelitian.....	35
2. Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi Variabel Dan Operasional Variabel.....	36
1. Definisi Variabel.....	36
2. Operasional Variabel.....	37
D. Skala Pengukuran.....	40
E. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel.....	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Jenis Data.....	44
H. Metode Analisis Data.....	45
1) Regresi Linier Berganda.....	45
I. Analisis Instrument.....	46

1) Uji Validitas.....	46
2) Uji Reliabilitas .....	47
J. Uji Asumsi Klasik.....	48
1) Uji Normalitas .....	48
2) Uji Heteroskedastisitas .....	48
3) Uji Multikolinieritas .....	48
K. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
L. Uji Ketepatan Model (Uji Statistik F).....	50
M. Uji Hipotesis (Uji Statistik t) .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
B. Karakteristik Responden.....	58
1) Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	59
2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	61
5) Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengkonsumsi Teh Botol Sosro .....	62
C. Uji Validitas .....	63
D. Uji Reabilitas .....	66
E. Analisa Data Citra Merek, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen.....	68
1) Analisa Deskripsi Variabel Citra Merek.....	68
2) Analisa Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	73
3) Analisa Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen.....	78
F. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	81
1) Hasil Uji Normalitas .....	81
2) Hasil Uji Multikolonieritas .....	82

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	85
G. Regresi Linier Berganda .....	86
H. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F).....	88
I. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	89
J. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	90
K. Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
1) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	91
2) Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	92
3) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	92
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	94
B. Saran.....	94
Daftar Pustaka	

## Daftar Tabel

1.1	Top Brand Award Kategori Teh Dalam Kemasan Siap Minum .....	3
3.1	Operasionalisasi Variabel Citra Merek .....	38
3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	39
3.3	Operasionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen .....	40
3.4	Skala Pengukuran.....	41
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	61
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
4.5	Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan seberapa sering mengonsumsi Teh Botol Sosro.....	63
4.6	Hasil Pengujian Validitas Citra Merek .....	64
4.7	Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk .....	65
4.8	Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Konsumen.....	65
4.9	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	66
4.10	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	67
4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen .....	67
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	68
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....	73
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen .....	78
4.15	Hasil Uji Normalitas .....	83
4.16	Hasil Uji Multikolonieritas .....	84
4.17	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	86
4.18	Hasil Uji F .....	88
4.19	Hasil Uji Statistik t.....	89

4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... 90



## Daftar Gambar

1.1	Grafik Market Share.....	4
2.1	Rerangka Konseptual .....	35
4.1	Sertifikat Yang Telah Diterima PT. SINAR SOSRO .....	53
4.2	Awarding yang telah diperoleh oleh PT. SINAR SOSRO.....	55
4.3	Hasil Uji Normalitas Histogram .....	81
4.4	Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	82
4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	85



## Daftar Lampiran

Lampiran 1	Kuisisioner .....	96
Lampiran 2	Hasil Kuisisioner Karakteristik Responden .....	100
Lampiran 3	Rekapitulasi Data Kuisisioner Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	108
Lampiran 4	Rekapitulasi Data Kuisisioner Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	112
Lampiran 5	Rekapitulasi Data Kuisisioner Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen.....	117
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek .....	121
Lampiran 7	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	123
Lampiran 8	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen ..	125
Lampiran 9	Hasil Uji Normalitas .....	127
Lampiran 10	Hasil Uji Multikolonieritas .....	129
Lampiran 11	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	129
Lampiran 12	Hasil uji analisis regresi linier berganda .....	130
Lampiran 13	Hasil Uji F (Secara Simultan) .....	130
Lampiran 14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	131