

PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
NUGGET SO GOOD

(Studi Pada Pelanggan *Nugget So Good*)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Deby Yulianto Fajrins

NIM : 43115120284

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA

2021

PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
NUGGET SO GOOD

(Studi Pada Pelanggan *Nugget So Good*)

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



Nama : Deby Yulianto Fajrins

NIM : 43115120284

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Deby Yulianto Fajrins

NIM : 43115120284

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 September 2021



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Deby Yulianto Fajrins

NIM: 43115120284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Deby Yulianto Fajrins
NIM : 43115120284
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Nugget So Good
Tanggal Sidang : 2 September 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Rina Astini, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 09210489



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan *nugget so good*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen merek *nugget so good* terutama yang berdomisili di Jabodetabek. Sampel penelitian ini berjumlah 180 orang menggunakan teknik *non probability sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan media kuesioner yang disebar kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan ekuitas merek juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan Variabel citra merek juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *ekuitas merek, kualitas produk, citra merek, kepuasan pelanggan*



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand equity, product quality and brand image on customer satisfaction nugget so good. This study uses a quantitative approach. The population in this study are consumers of the nugget so good brand, especially those who live in the Jabodetabek. The sample of this study amounted to 180 people using non-probability sampling technique. Methods of data collection using a media questionnaire distributed to consumers. The results show that brand equity also has a positive effect on customer satisfaction. Product quality variable also has a positive effect on customer satisfaction. And the brand image variable also has a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: brand equity, product quality, brand image, customer satisfaction



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan *Nugget So Good*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr. Rina Astini, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti haturkan alhamdulillah atas ketentuan Allah SWT dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak DR. H Sonny Indrajaya, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercubuana.

4. Ibu Febrina Mahliza, SE.,M.Si selaku ketua penguji saya yang telah memberikan dukungan dan memberikan bimbingan kepada saya
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orangtua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal ini.
7. Teman seperjuangan Lanang nyinyir, Anak Soeltan, Sobat Ambyar, Debi Dwi, Alike Mutia dan Istikomah, terima kasih atas bantuan, motivasi, memberikan semangat serta doanya.
8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB Meruya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas motivasi serta doanya. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Semoga tugas skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca, dan penelitian selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam tugas skripsi ini

Jakarta, 2 September 2021

Deby Yulianto Fajrins

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DARFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
.....	
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Ekuitas Merek	12
a. Definisi Ekuitas Merek	12
b. Dimensi dan Indikator Ekuitas Merek.....	13
3. Kualitas Produk	14
a. Pengertian Kualitas Produk.....	14
b. Perspektif Terhadap Kualitas Produk	15
c. Dimensi dan Indikator kualitas produk.....	17
4. Citra Merek.....	18
a. Pengertian Citra Merek.....	18
b. Manfaat Citra Merek.....	19
c. Mengukur Citra Merek.....	20
d. Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	21
5. Kepuasan Pelanggan	21
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	21
b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	23
c. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	24
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	35
1. Definisi Variabel	35
2. Operasional Variabel	35
D. Skala Pengukuran	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	39
F. Jenis dan Sumber Data	40
G. Metode pengumpulan Data	40
H. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Deskriptif Responden	41
2. Analisis Deskriptif Variabel	41
3. Uji Instrumen	42
a. Uji validitas	42
b. Uji Reabilitas	43
4. Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	44
a. Pengertian <i>Partial Least Square (PLS)</i>	44
b. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
c. Menguji Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Analisis Deskriptif	47
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
2. Deskripsi Responden	48
3. Deskriptif Variabel	49
B. Hasil Uji Kualitas Data	55
1. Evaluasai <i>Measurement (outer)</i> Model	55
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	65
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
A. Simpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Merek <i>Frozen Food</i> Yang Sering Dikonsumsi	3
1.2	Perbandingan Harga <i>Nugget</i>	5
1.3	Data Pra Survei Kepuasan	6
1.4	Dat Pra Survei Pendahuluan	8
2.1	Penelitian Terdahulu	27
3.1	Oprasional Variabel	37
3.2	Panduan Skala Likert	38
4.1	Deskripsi Responden	48
4.2	Hasil Deskriptif Ekuitas Merek	49
4.3	Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk	51
4.4	Hasil Deskriptif Variabel Citra Merek	52
4.5	Hasil Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	54
4.6	Hasil Deskriptif pengujian <i>Convergent Validity</i>	57
4.7	Hasil Deskriptif Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	59
4.8	Hasil Deskriptif Pengujian AVE	60
4.9	Hasil Pengujian <i>Composite reability & cronbach's alpha</i>	61
4.10	Nilai R^2 Variabel Endogen	62
4.11	Hasil Pengujian Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Pola Konsumsi Makanan Beku di Indonesia	2
1.2	Top Brand Index (TBI) Kategori <i>Nugget</i>	4
2.1	Kerangka Pemikiran	32
4.1	Hasil Algoritma PLS	56
4.2	Hasil Algoritma PLS (modifikasi)	58
4.3	Hasil Uji Bootstrapping	64

