



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ROTI BLUDER BY  
DANZA TAHUN 2021**

**SKRIPSI**

**Diserahkan sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan  
gelar  
Sarjana (S-1)**

UNIVERSITAS  
**Bidang Komunikasi Studi Public Relations**  
**MERCU BUANA**

**Disusun oleh :**

**MUHANA  
44215010092**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2021**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHANA  
NIM : 44215010092  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ROTI BLUDER BY DANZA adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 1 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

( Nama dan Tandatangan )

( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : MUHANA  
NIM : 44215010092  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
ROTI BLUDER BY DANZA

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Juli 2021

Mengetahui,

Pembimbing

( \_\_\_\_\_ )

**Dr. Suraya.,M.Si**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR**

Nama : MUHANA  
NIM : 44215010092  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
ROTI BLUDER BY DANZA

Jakarta, 1 Juli 2021


Ketua Sidang :



(.....)

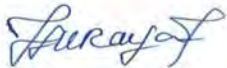
Dr. Nurhayani Saragih, M.Si

Penguji Ahli :



( Dr. A. Rahman HI, M.Si)

Pembimbing :



(.....)

Dr. Suraya.,M.Si



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
ROTI BLUDER BY DANZA

Nama : MUHANA

NIM : 44215010092

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 1 Juli 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

( Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom )

( Suraya, Dr, M.Si )

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

( Dr. Eny Yuliatwati, M.Si )

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

( Dr. Farid Hamid, M.Si )



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bluder By Danza” berisi uraian mengenai bagaimana Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Roti Bluder By Danza Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

Dalam proses penyusunan proposal penelitian ini penulis menyadari, bahwa tanpa adanya dorongan, motivasi, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak maka penelitian ini tidak akan berjalan lancar, oleh karna itu, peneliti menghanturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Suraya, Dr, M.Si selaku pembimbing peneliti, terimakasih atas segala bimbingan, nasihat dan waktu yang di luangkan untuk memberikan peneliti arahan dalam mengerjakan proposal skripsi ini.
2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si, Selaku Ketua Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Juwono Tri Atmodjo Selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Suryaning Hayati, SE, MM Selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
5. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Seluruh Dosen dan *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terima kasih atas kerjasama dan bantuannya selama penulis menjalani pendidikan sebagai mahasiswa di Universitas Mercu Buana.
7. Orang Tua tercinta, Mami dan Ayah. yang telah merawat, mendidik, dan tidak pernah berhenti memberikan do'a, dukungan dan semangat kepada penulis agar tidak berhenti sia-sia dalam menimba ilmu.

8. Terimakasih untuk Ziofani sudah sangat mendukung saya, tidak berhenti kasih masukan serta semangat dan anak saya Muhamad Rashdan yang membuat saya lebih semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih untuk sahabat perkuliahan saya sudah memberikan dukungan  
Peneliti sadar bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain dan pihak-pihak terkait.

Jakarta, 7 Mei 2021

Peneliti,

Muhana

44215010092



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
7.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
7.2 Rumusan Masalah .....	5
7.3 Tujuan Penelitian.....	5
7.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teoritis.....	10
2.2.1 Komunikasi .....	10
2.2.2 Jenis-Jenis Komunikasi.....	12
2.2.3 Proses Komunikasi.....	14
2.2.4 Media Komunikasi .....	14
2.3 Landasan Teori.....	16
2.3.1 Komunikasi Pemasaran .....	16
2.3.2 Fungsi Komunikasi Pemasaran .....	17
2.4 Merk ( <i>Brand</i> ).....	18
2.4.1 Pengertian Merk ( <i>Brand</i> ) .....	18
2.4.2 Manfaat <i>Brand</i> .....	18
2.4.3 Syarat dan Kriteria Pemilihan <i>Brand</i> .....	20



2.5	<i>Brand Image</i> .....	21
2.5	Kualitas Produk .....	23
2.6.2	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	24
2.7	Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ) .....	25
2.7.1	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan .....	26
2.7.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	26
2.7.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	27
2.7.4	Mempertahankan Loyalitas Pelanggan .....	28
2.8	Kerangka Penelitian .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	31
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.3	Populasi dan Sampel .....	32
3.3.1	Populasi .....	32
3.3.2	Sampel .....	33
3.4	Opersionalisasi Konsep .....	34
3.4.1	Variabel Penelitian .....	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.5.1	Data Primer .....	38
3.5.2	Data Sekunder .....	38
3.6	Teknik Analisa Data .....	38
3.6.1	Analisis Kuantatif .....	38
3.6.2	Uji Validitas .....	39
3.6.3	Uji Reliabilitas .....	39
3.6.4	Uji Normalitas .....	40
3.7	Analisis Statistik .....	41
3.7.1	Analisis Korelasi .....	41
3.7.2	Analisis regresi .....	42
3.7.3	Analisis Uji Regresi Berganda .....	42
3.8	Hipotesis penelitian .....	43
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>

4.1	Profil Perusahaan.....	45
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.2	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1	Karakteristik Responden .....	47
4.2.2	Analisis Data Penelitian .....	50
4.2.3	Analisis Instrumen Penelitian.....	52
4.2.4	Uji Asumsi klasik.....	57
4.2.5	Uji Regresi Linier Berganda .....	59
4.2.6	Uji Hipotesis.....	60
4.2.7	Analisis Korelasi .....	61
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
5.1	Kesimpulan.....	65
5.1.1	Simpulan Statistik .....	65
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	35
Tabel 4.1 Deskripsi Data Penelitian.....	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas pelanggan.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image .....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas pelanggan.....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas Variabel Brand Image .....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas produk.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Korelasi .....	61
Tabel 4.15 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi .....	62

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Roti Bluder by Danza.....	2
Gambar 1.2 Promosi Roti Bluder by Danza.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	30
Gambar 4.1 Logo Roti Bluder By Danza.....	45
Gambar 4.2 Promosi Roti Bluder by Danza.....	45
Gambar 4.3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	47
Gambar 4.4 Karakteristik Usia Responden .....	48
Gambar 4.5 Karakteristik Pekerjaan Responden .....	49
Gambar 4.6 Pendapatan Per Bulan.....	50

