



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Penelitian pada Pelanggan Sereal Quaker di Jabodetabek

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
PUTRI SARI DEWI

55121120067

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2024



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Penelitian pada Pelanggan Sereal Quaker di Jabodetabek

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi salah satu syarat
kelulusan**

PUTRI SARI DEWI

55121120067

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2024

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Putri Sari Dewi

NIM : 55121120067

Program Studi : FEB Pemasaran - Magister Management

Dengan judul:

“ Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening”

Telah dilakukan pengecekan similarity dengan system Turnitin pada tanggal 31/Juli/2024, didapatkan nilai persentase 26%

Jakarta, 31 Juli 2024

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCUBUANA



Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* (Penelitian Pada Pelanggan Sereal Quaker Di Jabodetabek)

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Putri Sari Dewi

NIM : 55121120067

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 09 Agustus 2024

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 09 Agustus 2024



(Putri Sari Dewi)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai variable Intervening Penelitian pada Pelanggan Sereal Quaker di Jabodetabek.

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian

Nama : Putri Sari Dewi

NIM : 55121120067

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 9 Agustus 2024

Menyetujui
Pembimbing



(Dr. Catur Widayati, SE, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* (Penelitian Pada Pelanggan Sereal Quaker Di Jabodetabek). Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari banyak pihak, oleh karena itu Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr Catur Widayati, SE, MM selaku pembimbing ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
5. Dudi Permana, Ph.D dan Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku dosen mata kuliah *Thesis* dan juga dosen penguji pada sidang akhir tesis yang telah memberikan arahan serta bimbingannya.

6. Dr Aldina Shiratna, MS selaku dosen penelaah dalam Seminar Proposal Tesis dan juga dosen penguji pada sidang akhir tesis yang telah memberikan masukan dan arahnya agar Tesis ini menjadi lebih baik
7. Dr. H Sonny Indrajaya, MM selaku penelaah dalam Seminar Hasil Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
8. Teristimewa, keluarga tercinta, serta rekan- rekan regular 2 kelas sabtu pagi Pasca Sarjana Magister Manajemen yang telah membantu penulis dengan memberi semangat melalui motivasi dan dukungan moril dalam penelitian ini.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dimana telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 09 Agustus 2024

Putri Sari Dewi

ABSTRAK

Nama : Putri Sari Dewi
NIM : 55121120067
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap
Loyalitas Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai
Variabel Intervening
Pembimbing : Dr. Catur Widayati, SE, MM

Tesis ini meneliti dampak citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening, berfokus pada pelanggan sereal Quaker di area Jabodetabek. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana persepsi merek dan kualitas produk Quaker mempengaruhi loyalitas konsumen, menyoroti pentingnya faktor-faktor ini dalam pasar sereal sarapan yang kompetitif. Studi ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang perilaku konsumen dan menawarkan rekomendasi strategis untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan keputusan pembelian melalui peningkatan citra merek dan kualitas produk. Metode SEM-PLS digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini juga membuktikan peranan penting Keputusan Pembelian sebagai mediator yang menghubungkan Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Name : Putri Sari Dewi
NIM : 55121120067
Study Program : Magister Manajemen
Title Tesis : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap
Loyalitas Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai
Variabel Intervening
Counsellor : Dr. Catur Widayati, SE, MM

This thesis examines the impact of brand image and product quality on customer loyalty, focusing on Quaker cereal consumers in the Jabodetabek area, with purchasing decisions as an intervening variable. It explores how brand perception and Quaker product quality affect consumer loyalty, emphasizing their importance in the competitive breakfast cereal market. The study aims to provide insights into consumer behavior and strategic recommendations to enhance customer loyalty and purchasing decisions through improved brand image and product quality. Using the SEM-PLS method for data collection and analysis, the findings reveal that Brand Image and Product Quality significantly positively influence Purchasing Decisions, which, in turn, significantly positively affect Customer Loyalty. The research also underscores the crucial role of Purchasing Decisions as a mediator linking Brand Image and Product Quality to Customer Loyalty.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision, Customer Loyalty*

MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR SIMILARITY CHECK.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Kontribusi Penelitian	21
1.4.1 Kontribusi Teoritis	21
1.4.2 Kontribusi Praktis	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	22
2.1 Kajian Teori	22
2.1.1 Expecting Confirmation Theory	22
2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran	24
2.1.3 Perilaku Konsumen	25
2.1.4 Citra Merek	31
2.1.5 Kualitas Produk	36
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	40
2.1.6 Keputusan Pembelian	45
2.2 Penelitian Terdahulu	51
2.3 Pengembangan Hipotesis	70
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	70
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	71
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	72
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	73
2.3.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan	74
2.3.6 Peran Mediasi Keputusan Pembelian Antara Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	75
2.4 Kerangka Penelitian	76
BAB III METODE PENELITIAN	78
3.1 Desain Penelitian	78
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	78
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	86

3.3.1	Populasi Penelitian	86
3.3.2	Metode Penentuan Ukuran Sampel	87
3.4	Metode Pengumpulan Data	88
3.4.1	Jenis Data	88
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	89
3.5	Metode Analisis Data	90
3.5.1	Analisis Structural Equation Model (SEM)	90
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		101
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	101
4.2	Statistik Deskriptif	103
4.2.1	Deskriptif Responden	103
4.2.2	Deskriptif Responden	108
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian Partial Least Square -Strutural Equation Modelling (PLS-SEM)	118
4.3.1	Evaluasi Normalitas Data	118
4.3.2	Evaluasi Model Pengukuran	121
4.3.3	Evaluasi Model Struktural	127
4.3.4	Evaluasi Pengujian Hipotesis	131
4.4	Pembahasan	135
4.4.1	Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Z)	135
4.4.2	Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Z)	137
4.4.3	Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	139
4.4.4	Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	141
4.4.5	Keputusan Pembelian (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	143
4.4.6	Peran Keputusan Pembelian (Z) Pada Hubungan Antara Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Pembelian (Y)	145
4.4.7	Peran Keputusan Pembelian (Z) Pada Hubungan Antara Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pembelian (Y)	147
4.5	Implikasi Manajerial	150
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		153
5.1	Kesimpulan	153
5.2	Saran	155
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	155
5.2.2	Saran Akademis	159
5.2.3	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	160
DAFTAR PUSTAKA		163
LAMPIRAN		169
Lampiran 1. Similarity Check		169
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian		170
Lampiran 3. Distribusi Responden		175
Lampiran 4. Data Tabulasi		177
Lampiran 5. Hasil Output SmartPLS – Data Dekskriptif		186
Lampiran 6. Hasil Output SmartPLS – PLS Algorithm		187
Lampiran 7. Hasil Output SmartPLS – Outer Loadings		187
Lampiran 8. Hasil Output SmartPLS – Average Variance Extracted		188
Lampiran 9. Hasil Output SmartPLS – Fornell Larcker Criterion		189

Lampiran 10. Hasil Output SmartPLS – HTMT	189
Lampiran 11. Hasil Output SmartPLS - Cross Loadings	189
Lampiran 12. Hasil Output SmartPLS - Constructs Reliability	190
Lampiran 13. Hasil Output SmartPLS – VIF	190
Lampiran 14. Hasil Output SmartPLS - Koefisien Determinasi (R-Square)	190
Lampiran 15. Hasil Output SmartPLS - PLSPredict (Q-Square)	191
Lampiran 16. Hasil Output SmartPLS - Model Fit	191
Lampiran 17. Hasil Output SmartPLS - Hipotesis	191
Lampiran 18. Hasil Output SmartPLS - Bootstrapping	192



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pra-Survei.....	15
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i> Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	83
Tabel 3.2 Skala Likert 5 Angka	89
Tabel 4.1 Pertanyaan Saringan.....	104
Tabel 4.2 Profil Responden.....	106
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Indikator Citra Merek.....	109
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Indikator Kualitas Produk	111
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Indikator Keputusan Pembelian	114
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Indikator Loyalitas Pelanggan.....	116
Tabel 4.7 Normalitas Data	119
Tabel 4.8 Nilai <i>Outer Loadings</i>	122
Tabel 4.9 Nilai <i>Constructs Reliability</i>	124
Tabel 4.10 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	124
Tabel 4.11 Nilai <i>Fornell Larcker Criterion</i>	125
Tabel 4.12 Nilai HTMT	126
Tabel 4.13 Nilai <i>Cross Loadings</i>	126
Tabel 4.14 Nilai VIF	128
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	129
Tabel 4.16 Nilai Blindfolding (<i>F-Square</i>).....	130
Tabel 4.17 Nilai PLS Predict (<i>Q-Square</i>)	130
Tabel 4.18 Nilai Model Fit.....	131
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis	132

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk Quaker <i>Oatmeals</i> di wilayah Jabodetabek pada Perusahaan PT. TRS tahun 2018-2022.....	7
Gambar 1.2 Data <i>Market Share</i> Sereal dari Salah Satu Retail Terbesar di Indonesia	8
Gambar 1.3 Trend Google Produk Sereal di Indonesia, 2023	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	77
Gambar 3.1 Tahapan Analisis SEM-PLS	92
Gambar 3.2 Tahapan Evaluasi PLSpredict	97
Gambar 4.1 Logo Sereal Quaker.....	102
Gambar 4.2 Hasil Pengolahan Prosedur PLS-Algorithm.....	122
Gambar 4.3 Bootstrapping	134



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Similarity Check	169
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	170
Lampiran 3. Distribusi Responden.....	175
Lampiran 4. Data Tabulasi.....	177
Lampiran 5. Hasil Output SmartPLS – Data Dekriptif	186
Lampiran 6. Hasil Output SmartPLS – PLS Algorithm.....	187
Lampiran 7. Hasil Output SmartPLS – Outer Loadings	187
Lampiran 8. Hasil Output SmartPLS – Average Variance Extracted.....	188
Lampiran 9. Hasil Output SmartPLS – Fornell Larcker Criterion.....	189
Lampiran 10. Hasil Output SmartPLS - HTMT	189
Lampiran 11. Hasil Output SmartPLS - Cross Loadings.....	189
Lampiran 12. Hasil Output SmartPLS - Constructs Reliability.....	190
Lampiran 13. Hasil Output SmartPLS - VIF	190
Lampiran 14. Hasil Output SmartPLS - Koefisien Determinasi (R-Square).....	190
Lampiran 15. Hasil Output SmartPLS - PLSPredict (Q-Square).....	191
Lampiran 16. Hasil Output SmartPLS - Model Fit.....	191
Lampiran 17. Hasil Output SmartPLS - Hipotesis.....	191
Lampiran 18. Hasil Output SmartPLS - Bootstrapping	192