

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *CAFÉ & EATERY*
SOFT COFFEE DI LUWU UTARA**

Disusun dan diajukan oleh

**Mutiara
201620182**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 12 November 2020

Pembimbing I


Dr. M. Risal, S.E., M.Si

Pembimbing II


Goso, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palopo


Hapid, S.E., M.M

Ketua
Program Studi Manajemen


Imran Ukkas, S.E., M.M

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *CAFÉ & EATERY*
SOFT COFFEE DI LUWU UTARA**

Disusun dan diajukan oleh

**Mutiara
201620182**

Telah dipertahankan dalam ujian Skripsi pada tanggal 12 November 2020 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

Susunan Dewan Penguji

1. Penguji : Dr. M. Risal, S.E., M.Si
2. Penguji : Imran Ukkas, S.E., M.M
3. Penguji : Dr. Sapar, S.E., M.Si



(.....)
(.....)
(.....)

Ketua Program Studi Manajemen



Imran Ukkas, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA *CAFÉ & EATERY SOFT COFFEE* DI LUWU UTARA

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat, yang saya akui sebagai tulisan saya sendiri. Apabila saya melakukan hal tersebut secara sengaja maupun tidak sengaja, saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai karya tulis saya dan bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku yaitu ijazah dan gelar yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Masamba, 12 November 2020

Yang memberi pernyataan



Mutiara

UJI TURNITIN MUTIARA.docx

Sources Overview

11%

OVERALL SIMILARITY

1	contohproposalbisnisiskopi.blogspot.com INTERNET	2%
2	id.123dok.com INTERNET	2%
3	journal.unj.ac.id INTERNET	1%
4	www.ojs.ekonomi-unkris.ac.id INTERNET	<1%
5	penerbit.lipi.go.id INTERNET	<1%
6	eprints.iain-surakarta.ac.id INTERNET	<1%
7	www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id INTERNET	<1%
8	repository.upi.edu INTERNET	<1%
9	lib.unnes.ac.id INTERNET	<1%
10	scindeks.ceon.rs INTERNET	<1%
11	www.scribd.com INTERNET	<1%
12	insis.vse.cz INTERNET	<1%
13	ejournal.uigm.ac.id INTERNET	<1%
14	jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id INTERNET	<1%
15	publikasi.mercubuana.ac.id INTERNET	<1%
16	www.tandfonline.com INTERNET	<1%



MOTTO

Jika datang kemarahan, maka diam dan tenangkanlah. Ketahuilah bahwa kata-kata yang terucap saat marah itu hanya akan menjadi sebuah penyesalan”.

- *Unknown.*

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Alhamdulillah rabbil 'alamin. Puji dan Syukur atas Kehadirat Allah SWT, atas Limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul; Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Café & Eatery Soft Coffee* di Luwu Utara, sebagai salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan jenjang Program Studi Strata-1 (S-1), Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Palopo.


Dalam menyusun skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Kepada Ayahku, terima kasih atas doa, usaha, dan dukungan materi yang diberikan sampai saat ini hingga saya dapat menyelesaikan pendidikanku. Almarhumah Ibuku, yang sudah terlebih dahulu menghadap yang kuasa sebelum bisa melihat saya mengenakan toga, terima kasih atas doa dan kasih sayang yang tak terhingga kepadaku.
2. Bapak Dr. Salju, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.
3. Bapak Hapid, S.E., M.M., selaku Dekan Universitas Muhammadiyah Palopo.
4. Bapak Imran Ukkas, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.

5. Bapak Dr. M. Risal, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Goso, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen, Staf Akademik dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palopo yang telah memberikan penulis ilmu pengetahuan yang berharga.
8. Untuk Adikku, Dwita Anggraeni, terima kasih atas semua dukungan dan semangat yang diberikan kepadaku hingga saya dapat menyelesaikan skripsiku.
9. Untuk semua teman-temanku kelas manajemen C1, khususnya Neza Fernanda, Ismilasari dan Nur Afni, terima kasih sudah menemani hari-hariku di kampus.

Saran dan kritik membangun penulis harapkan dari semua pihak untuk perbaikan dalam skripsi ini agar menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun yang membutuhkan.

Masamba, 12 November 2020

Penulis

Mutiara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.4.3 Manfaat Kebijakan	6
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Citra Merek	8
2.2 Kualitas Produk.....	9
2.3 Loyalitas Konsumen.....	10
2.4 Hubungan Antara Variabel	12
2.4.1 Hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	12
2.4.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	13

2.5 Penelitian Terdahulu	13
2.6 Kerangka Konseptual	29
2.7 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Variabel dan Definisi Operasional	33
3.6.1 Variabel Penelitian	33
3.6.2 Definisi Operasional.....	34
3.7 Instrumen Penelitian.....	34
3.8 Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1 Analisis Deskriptif	35
3.8.2 Uji Validitas	35
3.8.3 Uji Reliabilitas	35
3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.8.5 Uji Hipotesis	36
3.8.5.1 Uji T Parsial.....	36
3.8.5.2 Uji F Simultan	36
3.8.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	40
4.1.3 Hasil Uji Validitas	45
4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas	46

4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis	48
4.1.6.1 Hasil Uji T	48
4.1.6.2 Hasil Uji F.....	49
4.1.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.2 Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUPAN	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR RUJUKAN	60
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1	Definisi Operasional	33
Tabel 4.1	Menu <i>Café & Eatry Soft Coffee</i>	39
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Umur	40
Tabel 4.4	Jawaban Mengenai Citra Merek	41
Tabel 4.5	Jawaban Mengenai Kualitas Produk	42
Tabel 4.6	Jawaban Mengenai Loyalitas Konsumen.....	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4.10	Hasil Uji T.....	48
Tabel 4.11	Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1	Logo <i>Café & Eatery Soft Coffee</i>	37

DAFTAR SINGKATAN

Df	<i>Degree of Freedom</i>
SPSS	<i>Statistical Product and Service Solutions</i>
<i>et al</i>	Kawan-Kawan
n	Jumlah Sampel
k	Jumlah Variabel <i>Independent</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2	Data Tabulasi Kuesioner	71
Lampiran 3	Data Karakteristik Responden.....	77
Lampiran 4	Hasil Analisis Deskriptif	80
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas	84
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas	87
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesis	90
Lampiran 8	r - Tabel	91
Lampiran 9	t - Tabel.....	93
Lampiran 10	f - Tabel	95
Lampiran 11	Biodata Penulis	97

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Café & Eatery Soft Coffee* di Luwu Utara. Variabel dalam penelitian ini adalah Citra Merek dan Kualitas Produk sebagai *Variabel Independent* sedangkan Loyalitas Konsumen sebagai *Variabel Dependent*. Jenis penelitian ini yaitu analisis data kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling*, yaitu dengan menentukan kriteria tertentu. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 75 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis menggunakan program SPSS. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai *constant* sebesar -4,001 dan nilai koefisien regresi (B) pada citra merek yaitu sebesar 0,491 kemudian kualitas produk dengan nilai koefisien regresi (B) yaitu sebesar 0,579. Hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan citra merek secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sebesar 3,094 dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sebesar 3,642 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sebesar 22,844 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil R^2 diperoleh nilai 0,441, artinya secara bersama-sama citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai sebesar 44,1%. Kesimpulan penelitian ini yaitu diketahui bahwa citra merek dan kualitas produk baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada *Café & Eatery Soft Coffee* di Luwu Utara. Diharapkan bagi *Café & Eatery Soft Coffee* di Luwu Utara dapat menjaga dan mempertahankan citra merek dan kualitas produk yang sudah ada, hingga kedepannya loyalitas konsumen semakin bertambah dan bisnis yang dijalankan bisa bertahan lama. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian yang dilakukan, seperti dengan menambahkan jumlah sampel dan variabel *independent* lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine The Effect of Brand Image and Product Quality on Consumer Loyalty at Café & Eatery Soft Coffee in North Luwu. The variables in this study are Brand Image and Product Quality as Independent Variables, while Consumer Loyalty as Dependent Variables. This type of research is quantitative data analysis with data collection methods through questionnaires. The sampling technique is purposive sampling technique, namely by determining certain criteria. The number of samples used was 75 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with hypothesis testing using the SPSS program. The results of multiple linear regression analysis obtained a constant value of -4,001 and a regression coefficient value (B) on the brand image of 0.491 then the product quality with a regression coefficient value (B) of 0.579. The test results in this study indicate that brand image partially has a positive effect on consumer loyalty by 3.094 with a significant value of 0.003 <0.05. Product quality partially has a positive effect on consumer loyalty of 3.642 with a significant value of 0.001 <0.05. Brand image and product quality simultaneously have a positive effect on consumer loyalty by 22.844 with a significant value of 0.000 <0.05. R2 results obtained value 0.441, meaning that together, brand image and product quality affect consumer loyalty with a value of 44.1%. The conclusion of this study is that it is known that the brand image and product quality either partially or simultaneously have a significant influence on consumer loyalty at Café & Eatery Soft Coffee in North Luwu. It is hoped that Café & Eatery Soft Coffee in North Luwu can maintain and maintain the existing brand image and product quality, so that in the future, consumer loyalty will increase and the business that is run can last a long time. It is hoped that the next researcher can develop the research carried out, such as by adding the number of samples and other independent variables that are not in this study.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Consumer Loyalty.