

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TOKO ROTI GANEP DI KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :

DEVON RAGATA I.A

2018081003

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO ROTI GANEPS DI KOTA SURAKARTA

Disusun Oleh:

DEVON RAGATA I.A
NIM. 2018081003

Skripsi ini telah disetujui untuk
disusun dan ditindaklanjuti
pada tanggal 16 Juni 2023.

Pembimbing I

Annisa Indah Mutiasari, SE, MM
NIDN. 0628078505

Pembimbing II

Prima Prihatini, SE., MM.
NIDN. 0602088002

Mengetahui
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta

Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB, M.AB
NIDN.0615079101

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO ROTI GANEPS DI KOTA SURAKARTA

Disusun Oleh:

DEVON RAGATA I.A
NIM.2018081003

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh
Dewan Penguji Skripsi Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta
Pada tanggal 16 Juni 2023.

Dewan Penguji

1. Penguji I Annisa Indah Mutiasari, SE., MM
NIDN.0628078505
2. Penguji II Prima Prihatini, SE., MM
NIDN.0602088002
3. Penguji III Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB, M.AB
NIDN.0615079101

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Dekan
Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni

Ketua Program Studi
Administrasi Bisnis



Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB
NIDN. 0615079101

SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS KARYA ILMIAH

Saya mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Devon Ragata I.A

NIM : 2018081003

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO ROTI GANEPS DI KOTA SURAKARTA” adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang telah berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan gelar sarjana yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya akan menanggung segala konsukuensinya.

Surakarta, 16 Juni 2023

Yang Menyatakan


SEKOLAH RUMAH
METERAI
TEMPEL
R2A1X537663884
Devon Ragata I.A

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai mahasiswa Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devon Ragata I.A
NIM : 2018081003
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni
Email : devonragataindraasmara@gmail.com
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas *Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)* atas skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO ROTI GANEPS DI KOTA SURAKARTA” Beserta Instrumen/desain/ perangkat (jika ada). Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan yang menyalin atau meniru tulisan/karya ilmiah orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini yang saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 16 Juni 2023

Yang Menyatakan


SEKULUH RIBU RUMAH
20 AKK 37663894
METERAI TEMPEL
Devon Ragata I.A

MOTTO

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat.”

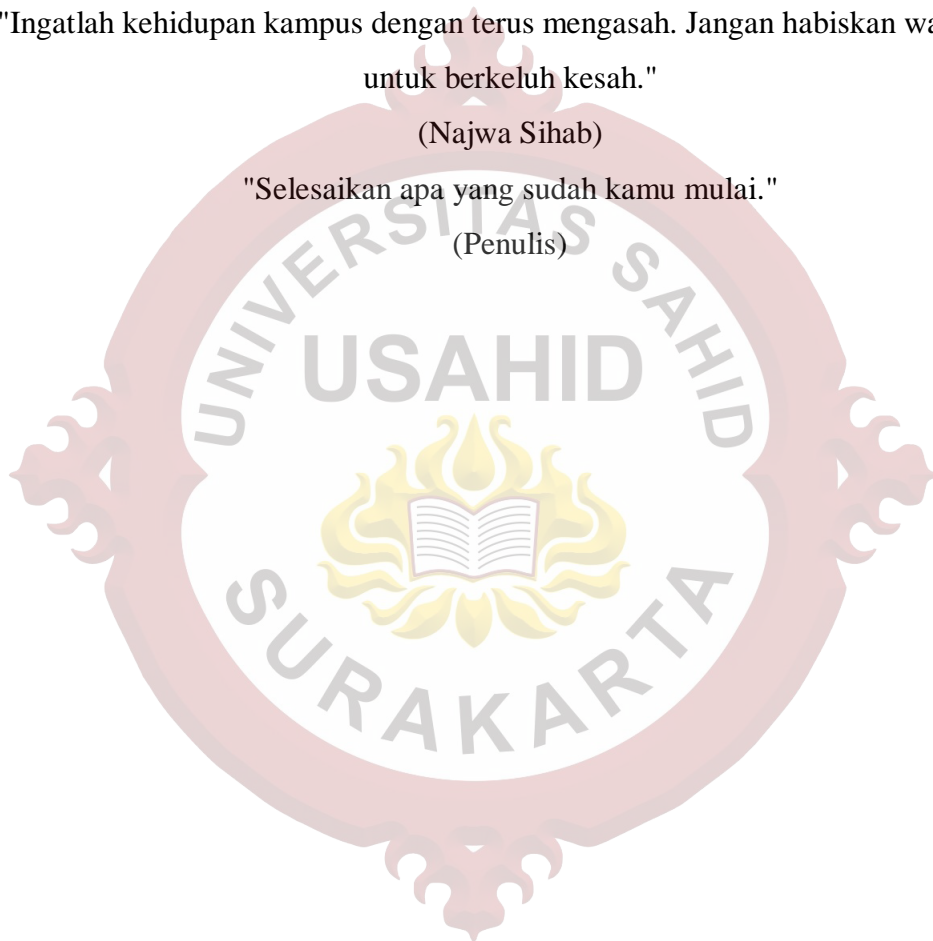
(Zig Ziglar)

"Ingatlah kehidupan kampus dengan terus mengasah. Jangan habiskan waktumu untuk berkeluh kesah."

(Najwa Sihab)

"Selesaikan apa yang sudah kamu mulai."

(Penulis)



PERSEMBAHAN

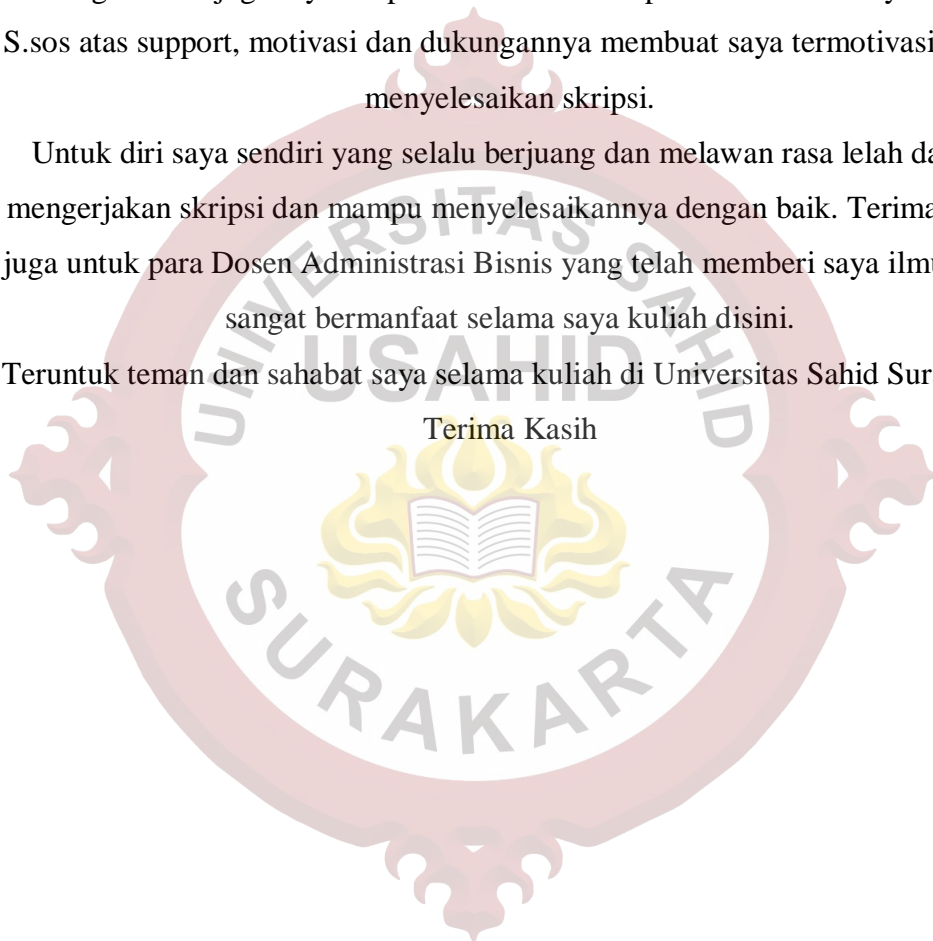
Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, yang telah memberikan kesehatan dan kelancaran dalam menyusun skripsi ini, penelitian ini saya persembahkan kepada:

Pertama saya persembahkan untuk kedua orang tua saya terima kasih atas doa dan dukungan. Dan juga saya ucapkan terimakasih kepada Nurindah Setyaningsih S.sos atas support, motivasi dan dukungannya membuat saya termotivasi untuk menyelesaikan skripsi.

Untuk diri saya sendiri yang selalu berjuang dan melawan rasa lelah dalam mengerjakan skripsi dan mampu menyelesaikannya dengan baik. Terima kasih juga untuk para Dosen Administrasi Bisnis yang telah memberi saya ilmu yang sangat bermanfaat selama saya kuliah disini.

Teruntuk teman dan sahabat saya selama kuliah di Universitas Sahid Surakarta.

Terima Kasih



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA GANEP TRADISI SURAKARTA)”**. Tujuan dari penyusunan penelitian ini untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan, selain itu juga untuk menambah wawasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Saya menyadari bahwa aktivitas ini dapat berjalan dengan baik dikarenakan adanya dukungan dari banyak pihak terkait, Untuk itu peneliti merasa berkewajiban menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Ibu Sri Huning Anwariningsih, ST.,M.Kom, Selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Ibu Destina Paningrum, SE.,MM. selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Prasarana Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
4. Bapak Marwahyudi, S,Pd,. M.T. selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB, M.AB. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta sekaligus dosen penguji yang telah memberikan arahan terhadap pelaksanaan dan penyusunan skripsi.

6. Ibu Annisa Indah Mutiasari, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan terhadap pelaksanaan dan penyusunan skripsi.
7. Ibu Prima Prihartini, SE., MM, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan terhadap pelaksanaan dan proposal skripsi.
8. Kedua orang tua yang telah memberikan banyak doa, semangat, dan dukungan serta kasih sayang yang luar biasa.
9. Nurindah Setyaningsih S.Sos. *Support system* yang selalu memberi semangat dan motivasi.
10. Teman-teman seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta.
11. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini, dimana tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Peneliti sangat menyadari bahwa proposal skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Harapan peneliti semoga proposal skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi orang lain.

Surakarta, Juni 2023

Peneliti

Devon Ragata I.A

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH..... | iv |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN..... | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| 2.2 Kualitas Pelayanan | 12 |
| 2.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan..... | 14 |
| 2.2.2 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan..... | 15 |
| 2.3 Kualitas Produk..... | 16 |
| 2.3.1 Indikator Kualitas Produk | 18 |
| 2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas..... | 19 |
| 2.4 <i>Brand Image</i> | 21 |
| 2.4.1 Faktor Faktor <i>Brand Image</i> | 22 |
| 2.4.2 Faktor Faktor Yang Membentuk <i>Brand Image</i> | 23 |
| 2.4.3 Indikator <i>Brand Image</i> | 24 |
| 2.5 Loyalitas Pelanggan..... | 24 |

| | |
|---|-----------|
| 2.5.1 Indikator Loyalitas Pelanggan | 26 |
| 2.5.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan | 26 |
| 2.5.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan | 27 |
| 2.6 Kerangka Pemikiran | 28 |
| 2.7 Rumusan Hipotesis | 29 |
| 2.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Roti Ganeps Di Kota Surakarta..... | 30 |
| 2.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Roti Ganeps Di Kota Surakarta..... | 30 |
| 2.7.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Roti Ganeps Di Kota Surakarta..... | 31 |
| 2.7.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Roti Ganeps Di Kota Surakarta..... | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 34 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 34 |
| 3.2 Subjek Dan Objek Penelitian | 34 |
| 3.3 Waktu Dan Lokasi | 34 |
| 3.4 Variabel Penelitian | 35 |
| 3.4.1 Variabel Bebas/Independen..... | 35 |
| 3.4.2 Variabel Terikat | 36 |
| 3.5 Skala Pengukuran | 37 |
| 3.6 Definisi Operasional | 37 |
| 3.7 Populasi Dan Sampel..... | 39 |
| 3.7.1 Teknik Pengambilan Sampel..... | 40 |
| 3.7.2 Sumber Data | 41 |
| 3.7.3 Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| 3.8 Teknik Pengujian Instrumen | 41 |
| 3.8.1 Uji Validitas..... | 41 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas | 42 |
| 3.9 Teknik Analisis Data | 42 |

| | |
|--|-----------|
| 3.9.1 Analisis Deskriptif | 42 |
| 3.9.2 Uji Asumsi Klasik..... | 43 |
| 3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda | 45 |
| 3.9.4 Uji F | 45 |
| 3.9.5 Uji t | 46 |
| 3.9.6 Koefisien Determinasi..... | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | 49 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... | 49 |
| 4.1.1 Filosofi Nama Roti Ganep..... | 51 |
| 4.1.2 Visi Dan Misi Roti Ganep | 52 |
| 4.1.3 Produksi Roti Ganep | 52 |
| 4.2 Deskripsi Data..... | 57 |
| 4.2.3 Deskriptif Variabel Penelitian | 60 |
| 4.3 Hasil Pengujian Instrumen | 60 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 64 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas..... | 66 |
| 4.4 Analisis Data | 67 |
| 4.4.1 Uji Asumsi Klasik..... | 67 |
| 4.4.2 Pengujian Hipotesis | 70 |
| BAB V PENUTUP | 79 |
| 5.1 Kesimpulan | 79 |
| 5.2 Saran..... | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| Lampiran I Kuisisioner | 88 |
| Lampiran II Tabulasi Data Penelitian | 95 |
| Lampiran III Hasil Pengujian | 100 |
| Lampiran IV Lembar Konsultasi | 110 |
| Lampiran V Surat Keterangan Penelitian | 111 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu | 9 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 37 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Tabel | 38 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 60 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur | 60 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 61 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan | 62 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemahaman | 62 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan | 63 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian | 64 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> | 66 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Data Variabel Penelitian..... | 67 |
| Tabel 4.10 Hasil Asumsi <i>Multikolinieritas</i> | 68 |
| Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 70 |
| Tabel 4.12 Uji F | 72 |
| Tabel 4.13 Uji t | 74 |
| Tabel 4.14 Hasil <i>Koefisien Determinasi</i> | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Konsep Pemikiran..... | 29 |
| Gambar 4.1 Logo Roti Ganep | 51 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi Roti Ganep..... | 53 |
| Gambar 4.3 Produk Roti Ganep | 57 |
| Gambar 4.4 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastitas | 69 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran I Kuesioner | 87 |
| Lampiran II Tabulasi Data Penelitian | 94 |
| Lampiran III Hasil Pengujian | 99 |
| Lampiran IV Lembar Konsultasi | 109 |
| Lampiran V Keterangan Penelitian..... | 110 |



ABSTRACT

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan brand image. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi adalah seluruh pelanggan Toko Roti Ganep Di Kota Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus menurut Rao Purba sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan brand image berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini adalah kualitas produk daripada kualitas pelayanan dan brand image. Nilai Adjusted R square adalah 22,5%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan variabel independen (kualitas layanan, kualitas produk dan brand image) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan) sebesar 22,5% sedangkan sisanya sebesar 77,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas produk, brand image, loyalitas pelanggan.



ABSTRACT

The research aims to determine the effect of service quality, product quality, and brand image. The research method used a quantitative descriptive. The population is all customers of Ganep Bakery in Surakarta. The sampling technique used the formula according to Rao Purba with a total sample of 100 respondents. The results show that the service quality variable does not affect customer loyalty. Meanwhile, service quality and brand image variables influence customer loyalty. The most dominant variable in this study is product quality rather than service quality and brand image. The adjusted R square value is 22.5%. It shows that the percentage contribution of the independent variables (service quality, product quality, and brand image) to the dependent variable (customer loyalty) is 22.5%, while 77.5% is influenced by other variables outside the regression equation or variables that are not examined.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Brand Image, Customer Loyalty

