

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
DAIICHI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN, MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi kasus pada PT. Dasary Jaya Karya sebagai produsen
Daiichi)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**

Oleh:

**WIDELLIA DELVI
NPM: S1.0216.029**



**UNIVERSITAS BINANIAGA
INDONESIA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2020**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN-PROGRAM SARJANA

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

PENGESAHAN SKRIPSI

**JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
DAIICHI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN, MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi pada PT Dasary Jaya Kaya sebagai
produsen Daiichi)**

OLEH : WIDELLIA DELVI

NPM : S1.0216.029

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Dr. ISMULYANA DJAN,SE.,MM.)

(INDAR KHAERUNNISA,SE.,M.Ak)

PENGUJI I

PENGUJI II

(PRIYO WISMANTORO,Drs.,MM)

(SUMARDJONO,SE.,MM.)

BOGOR, NOVEMBER 2020

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(Dr. ISMULYANA DJAN,SE.,MM.)

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kehadiran Allah SWT dengan karunia-Nya pada akhirnya Skripsi dengan judul **“Pengaruh kualitas produk dan *Brand Image* Daiichi terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening* (Studi pada PT. Dasary Jaya Karya sebagai produsen Daiichi)”** ini telah peneliti selesaikan sesuai dengan rencana yang telah peneliti temukan sebelumnya.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak agar penyajian tulisan dimasa yang akan datang dapat jauh lebih baik lagi.

Skripsi ini tersusun banyak dibantu oleh berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orangtua saya, terimakasih atas segala dukungan moril dan juga doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE,MM., selaku rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE,M.AK selaku wakil rektor 1, Bapak Dedi Mulyadi,S.Si.,M.Kom., selaku wakil rektor 2, dan Ibu Yustiana Wardhani,S.Hut.,MM selaku Dekan Universitas Binaniaga Indonesia.
4. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE,MM., selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Indar Khaerunnisa, SE.,M.AK selaku pembimbing 2 yang telah banyak

meluangkan waktu, pikiran dan segenap tenaganya untuk memberikan masukan serta membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh jajaran dosen Universitas Binaniaga Indonesia yang telah mencurahkan seluruh jiwa dan raganya untuk mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya untuk penulis hingga saat ini.
6. Teman-teman seperjuangan kelas B1 Manajemen 2016 yang telah berbagi waktu dan fikiran selama masa perkuliahan bersama.
7. Rekan-rekan dan sahabat saya (Mba Anita, Rima, Indah, Sarah, Dedeh, Marvin, Dinda, Mba Desa, Juwita, Royhan, Aedi, Rubbiah, Teh Rennita) yang telah memberikan banyak motivasi dan *support* terhadap penulis.
8. Semua orang yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan ini dan penulis sangat menyadari skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharap kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata semoga proposal ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis, maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, 30 September 2020

Widellia Delvi

DAFTAR ISI

Lembar pengesahan.....	ii
Kata pengantar	iii
Daftar isi.....	v
Daftar table.....	vii
Daftar gambar.....	xiii
Daftar lampiran	xvi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah.....	1
B. Identifikasi masalah	16
C. Batasan masalah	18
D. Rumusan masalah.....	18
E. Tujuan penelitian.....	19
F. Kegunaan penelitian.....	20
G. Sistematika penelitian	21

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi teori	23
1. Kualitas produk	23
2. <i>Brand image</i>	31
3. Kepuasan pelanggan.....	41
4. Loyalitas pelanggan.....	49
B. Penelitian terdahulu.....	54
C. Kerangka berfikir	60
D. Hipotesis penelitian.....	61

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan waktu penelitian	63
B. Jenis metode penelitian	63
C. Populasi dan sampel.....	63

D. Teknik pengumpulan data	65
----------------------------------	----

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tinjauan umum objek penelitian.....	81
B. Karakteristik responden	84
C. Teknik Analisa data (n=265).....	91
D. Teknik Analisa data (n=231).....	131
E. Teknik Analisa data (n=215).....	166
F. Teknik Analisa data (n=204).....	199
G. Pengaruh langsung, tidak langsung dan total	238
H. Hipotesis.....	241
I. Pembahasan.....	243

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	254
B. Saran.....	255

DAFTAR PUSTAKA	262
----------------------	-----

LAMPIRAN.....	264
---------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1 List produk DAIICHI	7
Tabel 2 Laju pertumbuhan&sumber pertumbuhan PDB menurut lapangan Usaha	11
Tabel 3 Data ekspor tahun 2019&2020	13
Tabel 4 Dimensi loyalitas pelanggan	53
Tabel 5 Penelitian terdahulu.....	57
Tabel 6 Kisi-kisi instrument variabel	66
Tabel 7 Goodness of fit index	72
Tabel 8 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin	84
Tabel 9 Klasifikasi responden berdasarkan usia	85
Tabel 10 Klasifikasi responden berdasarkan profesi	86
Tabel 11 Klasifikasi responden berdasarkan pendapatan	87
Tabel 12 Klasifikasi responden berdasarkan frekuensi pembelian	88
Tabel 13 Klasifikasi responden berdasarkan produk yang dibeli	89
Tabel 14 Hasil analisis statistic deskriptif Kualitas produk	91
Tabel 15 Hasil analisis statistic deskriptif Brand image	92
Tabel 16 Hasil analisis statistic deskriptif Kepuasan pelanggan	92
Tabel 17 Hasil analisis statistic deskriptif Loyalitas pelanggan	93
Tabel 18 Tanggapan responden terhadap variabel Loyalitas pelanggan	94
Tabel 19 Tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan pelanggan.....	95
Tabel 20 Tanggapan responden terhadap variabel Kualitas produk	97
Tabel 21 Tanggapan responden terhadap variabel Brand image	98
Tabel 22 Hasil output Modification Indices Model_1 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	101
Tabel 23 Hasil output Model_2 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	102

Tabel 24 Hasil pengujian Model_2 CFA Konstruk Eksogen Kualitas	
Produk	104
Tabel 25 Hasil output Modification Indices Model_3 CFA Konstruk Eksogen	
Brand image	105
Tabel 26 Hasil output Model_4 CFA Konstruk Eksogen Brand image	106
Tabel 27 Hasil pengujian Model_4 CFA Konstruk Eksogen Brand image	107
Tabel 28 Hasil output Modification Indices Model_5 CFA Konstruk	
Eksogen Gabungan	109
Tabel 29 Hasil output Model_6 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	111
Tabel 30 Hasil pengujian Model_6 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	112
Tabel 31 Hasil output Modification Indices Model_7 CFA Konstruk Endogen	
Loyalitas Pelanggan	114
Tabel 32 Hasil output Model_8 CFA Konstruk Endogen Loyalitas	
Pelanggan	115
Tabel 33 Hasil pengujian Model_8 CFA Konstruk Endogen Loyalitas	
Pelanggan	116
Tabel 34 Hasil output Modification Indices Model_9 CFA Konstruk Endogen	
Kepuasan Pelanggan	118
Tabel 35 Hasil output Model_10 CFA Konstruk Endogen Kepuasan	
Pelanggan	119
Tabel 36 Hasil pengujian Model_10 CFA Konstruk Endogen	
Kepuasan Pelanggan	120
Tabel 37 Output Modification Indices Full Model_1	121
Tabel 38 Hasil Output Full Model_2	124
Tabel 39 Hasil pengujian Full Model_2	127
Tabel 40 Evaluasi setelah outlier	131
Tabel 40 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kualitas Produk dan	
Brand image	131

Tabel 41 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	132
Tabel 42 Hasil Output Modification Indices Model_11 Konstruk Eksogen Kepuasan Pelanggan	135
Tabel 43 Hasil Output Model_12 CFA Konstruk Eksogen Kepuasan Pelanggan	136
Tabel 44 Hasil pengujian Model_12 CFA Konstruk Endogen Kepuasan Pelanggan	137
Tabel 45 Hasil Output Modification Indices Model_13 Konstruk Eksogen Loyalitas Pelanggan	138
Tabel 46 Hasil Output Model_14 CFA Konstruk Eksogen Loyalitas Pelanggan	139
Tabel 47 Hasil pengujian Model_14 CFA Konstruk Eksogen Loyalitas Pelanggan	140
Tabel 48 Hasil Output Modification Indices Model_15 Konstruk Eksogen Kualitas Produk	142
Tabel 49 Hasil Output Model_16 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	143
Tabel 50 Hasil pengujian Model_16 Konstruk Endogen Kualitas Produk	145
Tabel 51 Hasil Output Modification Indices Model_17 Konstruk Eksogen Brand image	146
Tabel 52 Hasil Output Model_18 CFA Konstruk Eksogen Brand image	147
Tabel 53 Hasil pengujian Model_18 CFA Konstruk Eksogen Brand image ..	149
Tabel 54 Hasil Output Modification Indices Model_19 CFA Gabungan Konstruk Eksogen	150
Tabel 55 Hasil Output Model_20 CFA Gabungan Konstruk Eksogen	152
Tabel 56 Hasil pengujian Model_20 CFA Gabungan Konstruk Eksogen	154

Tabel 57 Hasil Output Modification Indices Full Model_3	155
Tabel 58 Hasil output Full Model_4	158
Tabel 59 Hasil pengujian Full Model_4	161
Tabel 60 Evaluasi setelah outlier	164
Tabel 61 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	166
Tabel 62 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	167
Tabel 63 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk	167
Tabel 64 Hasil Analisis Deskriptif Brand image	168
Tabel 65 Hasil Output Modification Indices Model_21 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	170
Tabel 66 Hasil Output Model_ Model_22 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	171
Tabel 67 Hasil pengujian Model_22 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	172
Tabel 68 Hasil Output Modification Indices Model_23 CFA Konstruk Eksogen Brand image	173
Tabel 69 Hasil Output Model_24 CFA konstruk Eksogen Brand image	174
Tabel 70 Hasil pengujian Model_24 CFA Konstruk Eksogen Brand image ..	176
Tabel 71 Hasil Output Modification Indices Model_25 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	177
Tabel 72 Hasil Output Model_26 CFA konstruk Eksogen Gabungan	179
Tabel 73 Hasil pengujian Model_26 CFA konstruk Eksogen Gabungan	181
Tabel 74 Hasil Output Modification Indices Model_27 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	182
Tabel 75 Hasil Output Model_28 CFA konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	183
Tabel 76 Hasil pengujian Model_28 CFA konstruk Endogen Loyalitas	

Pelanggan	184
Tabel 77 Hasil Output Modification Indices Model_29 CFA Konstruk	
Endogen Kepuasan Pelanggan	185
Tabel 78 Hasil Output Model_30 CFA konstruk Endogen Loyalitas	
Pelanggan	186
Tabel 79 Hasil pengujian Model_30 CFA konstruk Endogen Loyalitas	
Pelanggan	187
Tabel 80 Hasil Output Modification Indices Full Model_5	188
Tabel 81 Hasil Output full Model_6.....	192
Tabel 82 Hasil pengujian Full Model_6.....	195
Tabel 83 Evaluasi Outlier.....	198
Tabel 84 Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	199
Tabel 85 Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	200
Tabel 86 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk	200
Tabel 87 Hasil Analisis Deskriptif Brand image	201
Tabel 88 Hasil Output Modification Indices Model_31 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	203
Tabel 89 Hasil Output Model_ 32 CFA Konstruk Eksogen Kualitas	
Produk	204
Tabel 90 Hasil pengujian Model_32 CFA Konstruk Eksogen Kualitas	
Produk	205
Tabel 91 Hasil Output Modification Indices Model_33 CFA Konstruk Eksogen Brand image	206
Tabel 92 Hasil Output Model_34 CFA konstruk Eksogen Brand image	207
Tabel 93 Hasil pengujian Model_34 CFA Konstruk Eksogen Brand image ..	209
Tabel 94 Hasil Output Modification Indices Model_35 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	210
Tabel 95 Hasil Output Model_36 CFA konstruk Eksogen Gabungan	212

Tabel 96 Hasil pengujian Model_36 CFA konstruk Eksogen Gabungan	213
Tabel 97 Hasil Output Modification Indices Model_37 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	215
Tabel 98 Hasil Output Model_38 CFA konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	216
Tabel 99 Hasil pengujian Model_38 CFA konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	217
Tabel 100 Hasil Output Modification Indices Model_39 CFA Konstruk Endogen Kepuasan Pelanggan	218
Tabel 101 Hasil Output Model_40 CFA konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	219
Tabel 102 Hasil pengujian Model_40 CFA konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	220
Tabel 103 Hasil Output Modification Indices Full Model_7	221
Tabel 104 Hasil Output full Model_8.....	225
Tabel 105 Hasil pengujian Full Model_8.....	227
Tabel 106 Evaluasi Outlier	230
Table 107 hasil Output Uji Normalitas	231
Table 108 Hasil Output Dengan Prosedur Bootstrap.....	233
Table 109 Perbandingan Se Bootstrap Dengan SE MI	234
Table 110 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk.....	236
Table 111 Korelasi Antar Konstruk Dan Akar Kuadrat VE	237
Table 112 Hasil Output Pengaruh.....	238
Table 113 Hasil Output Full Model_10	238

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Survey ketertarikan terhadap produk stationery di Indonesia	1
Gambar 2 Produk stationery yang dimiliki penduduk Indonesia.....	2
Gambar 3 Point yang dipertimbangkan untuk membeli produk stationery	3
Gambar 4 Tempat membeli produk stationery	4
Gambar 5 Hasil survey Top Brand Award kategori peralatan kantor	5
Gambar 6 Data penjualan produk Daiichi tahun 2019	8
Gambar 7 Data penjualan produk Daiichi tahun 2020	9
Gambar 8 Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan II 2020	10
Gambar 9 Data ekspor produk Daiichi tahun 2017 – 2020	14
Gambar 10 Total complain customer periode 2017 – Juni 2020	15
Gambar 11 Kerangka pemikiran	60
Gambar 12 Full model	74
Gambar 13 Struktur organisasi PT. Dasary Jaya Karya	83
Gambar 14 Profile responden berdasarkan jenis kelamin	84
Gambar 15 Profile responden berdasarkan usia	85
Gambar 16 Profile responden berdasarkan profesi	86
Gambar 17 Profile responden berdasarkan pendapatan	87
Gambar 18 Profile responden berdasarkan frekuensi pembelian	89
Gambar 19 Profile responden berdasarkan produk yang dibeli	90
Gambar 20 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	95
Gambar 21 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	96
Gambar 22 Tanggapan responden terhadap Kualitas produk	98

Gambar 23 Tanggapan responden terhadap Brand image	99
Gambar 24 Model_1 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	100
Gambar 25 Model_2 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	102
Gambar 26 Model_3 CFA konstruk eksogen Brand image	104
Gambar 27 Model_4 CFA Konstruk Brand image	106
Gambar 28 Model_5 CFA Konstruk Eksogen Gabungan.....	108
Gambar 29 Model_6 CFA Konstruk Eksogen Gabungan.....	110
Gambar 30 Model_7 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	113
Gambar 31 Model_8 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	115
Gambar 32 Model_9 CFA Konstruk Endogen Kepuasan Pelanggan	117
Gambar 33 Model_10 CFA Konstruk Endogen Kepuasan Pelanggan	118
Gambar 34 Full Model_1	121
Gambar 35 Full Model_2	124
Gambar 36 Koefisien Regresi Full Model_2	129
Gambar 37 Model_11 CFA Konstruk Eksogen Kepuasan Pelanggan	134
Gambar 38 Model_12 CFA Konstruk Eksogen Kepuasan Pelanggan	135
Gambar 39 Model_13 CFA Konstruk Eksogen Loyalitas Pelanggan	137
Gambar 40 Model_14 CFA Konstruk Eksogen Loyalitas Pelanggan	139
Gambar 41 Model_15 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	141
Gambar 42 Model_16 CFA Konstruk Eksogen Kualitas Produk	143
Gambar 43 Model_17 CFA Konstruk Eksogen Brand image	145
Gambar 44 Model_18 CFA Konstruk Eksogen Brand image	147
Gambar 45 Model_19 CFA Gabungan Konstruk Eksogen.....	149

Gambar 46 Model_20 CFA Gabungan Konstruk Eksogen.....	151
Gambar 47 Full Model_3	154
Gambar 48 Full Model_4	158
Gambar 49 Koefisien Regresi Full Model_4	162
Gambar 50 Model_21 CFA Konstruk Kualitas produk	169
Gambar 51 Model_22 CFA Konstruk Eksogen Kualitas produk	170
Gambar 52 Model_23 CFA Konstruk Eksogen Brand image	173
Gambar 53 Model_24 CFA konstruk Eksogen Brand image	174
Gambar 53 Model_25 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	176
Gambar 54 Model_26 CFA konstruk Eksogen Gabungan	178
Gambar 55 Model_27 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	181
Gambar 56 Model_28 CFA konstruk Endogen Loyalitas pelanggan	182
Gambar 57 Model_29 CFA Konstruk Endogen Kepuasan Pelanggan	184
Gambar 58 Model_30 CFA konstruk Endogen Loyalitas pelanggan	185
Gambar 59 Full Model_5	188
Gambar 60 Full Model_6	192
Gambar 61 Koefisien Regresi Full Model_6	196
Gambar 62 Model_31 CFA Konstruk Kualitas produk	202
Gambar 63 Model_32 CFA Konstruk Eksogen Kualitas produk	203
Gambar 64 Model_33 CFA Konstruk Eksogen Brand image	206
Gambar 65 Model_34 CFA konstruk Eksogen Brand image	207
Gambar 66 Model_35 CFA Konstruk Eksogen Gabungan	209
Gambar 67 Model_36 CFA konstruk Eksogen Gabungan	211

Gambar 68 Model_37 CFA Konstruk Endogen Loyalitas Pelanggan	214
Gambar 69 Model_38 CFA konstruk Endogen Loyalitas pelanggan	215
Gambar 70 Model_39 CFA Konstruk Endogen Kepuasan Pelanggan	217
Gambar 71 Model_40 CFA konstruk Endogen Kepuasan Pelanggan	218
Gambar 72 Full Model_7	221
Gambar 73 Full Model_8	224
Gambar 74 Koefisien regresi Full Model_8	229
Gambar 75 Gabungan pengaruh	241

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	265
Lampiran 2 Data Penelitian	273