

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN BRAND  
ATTITUDE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
KOPI CAP KUDA KOTA METRO  
(Studi pada Konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro)**

**SKRIPSI**



Oleh:  
**NOVAL GALANG REZA**  
NPM. 16610061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2020**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN BRAND  
ATTITUDE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
KOPI CAP KUDA KOTA METRO  
(Studi pada Konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro)**

**SKRIPSI**

**Diajukan  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Penyusunan Skripsi**

**Oleh:  
NOVAL GALANG REZA  
NPM. 16610061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2020**

## ABSTRAK

Noval Galang Reza. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Brand Attitude Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Cap Kuda Kota Metro (Studi pada Konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro)*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Attitude*, Loyalitas Konsumen.

Indonesia memiliki peluang dalam pengembangan industri pengolahan kopi, karena selain punya pasar yang besar, juga didukung dengan potensi bahan baku. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis, seperti hilirisasi dalam rangka meningkatkan nilai tambah dan peningkatan kapasitas produksi. Persaingan bisnis di dunia usaha mendorong perusahaan untuk menjadi pemenang dalam persaingan bisnisnya. Berdasarkan kondisi tersebut, maka diperlukan upaya oleh suatu perusahaan untuk menciptakan konsumen yang loyal. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen diantaranya yaitu kualitas produk, brand image dan brand attitude dari produk yang dipasarkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *brand image* dan *brand attitude* terhadap loyalitas konsumen kopi Cap Kuda Kota Metro.

Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode explanatory survey. Objek dalam penelitian ini adalah labelisasi halal, citra merk terhadap keputusan pembelian. Kegiatan penelitian ini dilakukan pada konsumen Kopi Cap Kuda yang ada di Kota Metro. Populasi penelitian adalah konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 76 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan secara partial kualitas produk, brand image dan brand attitude terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan juga menunjukkan bahwa kualitas produk, *brand image* dan *brand attitude* secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan angka coefisiensi dan nilai  $t_{hitung}$  maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah kualitas produk.

## ABSTRACT

Noval Galang Reza. 2020. *The Influence of Product Quality, Brand Image and Brand Attitude on Consumer Loyalty of Kuda's Coffee in Metro City (Study on Consumers of Kuda's Coffee in Metro City)*. Essay. Management Study Program, Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah Metro University. Advisors (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.

**Keywords:** **Product Quality, Brand Image, Brand Attitude, Consumer Loyalty.**

*Indonesia has opportunities in the development of the coffee processing industry, because in addition to having a large market, it is also supported by the potential for raw materials. Therefore, strategic efforts are needed, such as downstreaming in order to increase added value and increase production capacity. Business competition in the business world encourages companies to become winners in their business competition. Based on these conditions, it requires efforts by a company to create loyal customers. The factors that influence consumer loyalty include product quality, brand image and brand attitude of the products being marketed.*

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality, brand image and brand attitude on consumer loyalty of Kuda's Metro City coffee.*

*The research design is quantitative research or verification research. The method used in this research is explanatory survey method. The object of this research is halal labeling, brand image on purchasing decisions. This research activity was carried out on the consumers of Kuda's Coffee in Metro City. The study population was the consumers of Kuda's Coffee in Metro City with a total sample of 76 respondents. The data collection technique used a questionnaire. The analytical tool used is to use data quality analysis and multiple linear regression analysis with the SPSS program.*

*The results showed partially product quality, brand image and brand attitude towards consumer loyalty. Simultaneously it also shows that product quality, brand image and brand attitude towards consumer loyalty simultaneously. Based on the number of coefficients and the value of  $t_{count}$ , it can be seen that the factor that most influences consumer loyalty is product quality.*

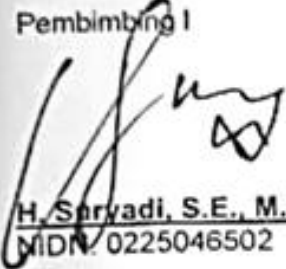
**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN BRAND  
ATTITUDE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
KOPI CAP KUDA KOTA METRO  
(Studi pada Konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro)**

**NOVAL GALANG REZA  
NPM. 16610061**


Metro, September 2020

Pembimbing I




H. Suryadi, S.E., M.M.  
NIDN. 0225046502

Pembimbing II



Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.  
NIDN. 0227067602

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Febriyanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0223027901

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN BRAND  
ATTITUDE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
KOPI CAP KUDA KOTA METRO  
(Studi pada Konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro)**

**NOVAL GALANG REZA  
NPM. 16610061**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 18 September 2020  
Tempat Ujian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro

Tim Penguji,

  
H. Suryadi, S.E., M.M. Ketua Penguji  
NIDN. 0225046502

  
Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M. Sekretaris  
NIDN: 0227067602

  
Dr. Suharto, S.E., M.M. Penguji Utama  
NIDN: 0228035801

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN: 0210036801



## **MOTTO**

“Belajar akan memberikan kita pengetahuan dan pemahaman baru, sehingga kita mampu menghadapi tantangan baru yang membentang di depan kita”

(Henry Ford)

“Pendidikan merupakan senjata yang paling mematikan di dunia, karena dengan Pendidikan mampu mengubah dunia”

(Nelson Mandela)



## **PERSEMBAHAN**

Rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang, semangat motivasi dalam menyelesaikan pendidikan dan yang tak pernah berhenti memberikan do'a serta dukungan secara moral maupun materi sampai detik ini demi keberhasilan study anakmu.
2. Kakak dan adik-adik, yang selalu memberikan semangat, dukungan serta do'a.
3. Untuk seluruh keluargaku yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang juga ikut mendukung dan memberikan saran, kritik serta motivasi.
4. Serta Almamater Kebanggaan Universitas Muhammadiyah Metro.

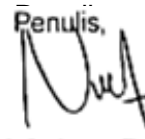
## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Judul dari Skripsi ini adalah: *PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN BRAND ATTITUDE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOPI CAP KUDA KOTA METRO* (Studi pada Konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro). Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. Dr. Suharto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, sekaligus selaku penguji Utama Skripsi ini.
3. Febriyanto, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. H. Suryadi, S.E., M.M., selaku Pembimbing I penyusunan proposal skripsi ini.
5. Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M., selaku Pembimbing II penyusunan proposal skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya semoga proposal skripsi ini dapat berguna bagi pembaca seluruhnya, sekaligus sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, September 2020

Penulis,  


**Noval Galang Reza**

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Noval Galang Reza

NPM : 16610061

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN BRAND ATTITUDE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOPI CAP KUDA KOTA METRO (Studi pada Konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro)” adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan tidak merupakan plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh universitas.

Metro, September 2020



**6000**  
RUPIAH

**Noval Galang Reza**  
NPM. 16610061



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO  
PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO

## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 1687/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NOVAL GALANG REZA  
NPM : 16610061  
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK BRAND IMAGE DAN BRAND ATTITUDE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOPI CAP KUDA KOTA METRO**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Dewantara No 116  
Kec. Metro Timur Kota  
Sung. Indonesia

www.upi.ummetro.ac.id  
@ummetro.ac.id

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER .....	i
HALAMAN LOGO .....	II
HALAMAN JUDUL .....	iii
ABSTRAK .....	iv
RINGKASAN .....	v
PERSETUJUAN .....	vi
PENGESAHAN .....	vii
MOTTO .....	viii
PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN ( <i>SIMILARITY CHECK</i> ) .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Kegunaan Penelitian .....	4
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	5
<b>BAB II. KAJIAN LITERATUR .....</b>	<b>6</b>
A. Kajian Literatur .....	6
1. Manajemen Pemasaran .....	6
2. Kualitas Produk .....	7
3. <i>Brand Image</i> .....	11
4. <i>Brand Attitude</i> .....	15
5. Loyalitas Konsumen .....	17
B. Penelitian Relevan .....	20
C. Kerangka Pemikiran .....	22
D. Hipotesis Penelitian .....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Desain Penelitian .....	25
B. Tahapan Penelitian .....	25
1. Populasi .....	25
2. Sampling dan Teknik Sampling .....	25
C. Definisi Operasional Variabel.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Instrumen Penelitian .....	28
F. Teknik Analisis Data .....	29
G. Hipotesis Statistik.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	33
B. Hasil Penelitian .....	36
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	44
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	47
B. Saran .....	47
<b>DAFTAR LITERATUR.....</b>	<b>49</b>
<b>Bagian Akhir : (1) Lampiran-lampiran</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Volume Penjualan Kopi Bubuk Cap Kuda di Kota Metro Tahun 2019 .....	2
2. Hasil Penelitian Relevan .....	21
3. Nilai dan Kategori jawaban Kuisisioner .....	28
4. Kisi-kisi Kuisisioner .....	28
5. Hasil Uji Normalitas.....	37
6. Tabel ANOVA Regresi Y atas $X_1$ .....	39
7. Tabel ANOVA Regresi Y atas $X_2$ .....	39
8. Tabel ANOVA Regresi Y atas $X_3$ .....	40
9. Tabel Uji Homogenitas.....	40
10. Uji Regresi Linier Berganda .....	41
11. Tabel Anova Uji F .....	43
12. Tabel Hasil $R^2$ Determinasi .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
2. Struktur Organisasi Kopi Cap Kuda Kota Metro .....	34
3. Diagram P Plot Kualitas produk .....	37
4. Diagram P Plot <i>Brand image</i> .....	37
5. Diagram P Plot <i>Brand Attitude</i> .....	38
6. Diagram P Plot Loyalitas konsumen .....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian .....	51
2. Hasil Penyebaran Kuisisioner Penelitian .....	60
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	68
4. Rekapitulasi Data Penelitian .....	82
5. Hasil Uji Normalitas SPSS .....	84
6. Hasil Uji Linieritas SPSS .....	86
7. Hasil Uji Homogenitas.....	87
8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda SPSS .....	88
9. Tabel R product moment.....	89
10. Tabel Statistik Uji t .....	90
11. Tabel Statistik Uji F .....	92
12. Dokumentasi Penelitian .....	94
13. Surat Balasan Izin Penelitian.....	96