

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, *STORE
ATMOSPHERE*, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SUPERMARKET HOKKY
MERR SURABAYA**



Oleh:

Jeffrey Aditya
201100002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, STORE
ATMOSPHERE, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SUPERMARKET HOKKY
MERR SURABAYA**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

**Jeffrey Aditya
201100002**

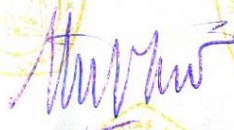
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Jeffrey Aditya
NPM : 201100002
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya

Pembimbing

Tanggal: 05 Februari 2024



(Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal: 05 Februari 2024



(Dr. Thyophoida W. S. Panjaitan, M.M.)

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, STORE
ATMOSPHERE, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SUPERMARKET HOKKY
MERR SURABAYA**

Oleh

Jeffrey Aditya
201100002

Dipertahankan di depan Penguji
Pada tanggal 07. Februari. 2024

Ketua Tim Penguji



(Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)



(Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, STORE
ATMOSPHERE, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SUPERMARKET HOKKY
MERR SURABAYA**

Oleh

Jeffrey Aditya
201100002

Telah Diuji dan Dipertahankan Di hadapan

Tim Penguji Skripsi

Pada Tanggal 07 Februari 2024

Ketua : Dr. V. Ratna Inggawati, M.M.

Anggota : 1. Deograsias Yoseph Y. F., S.E., M.M.

2. Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jeffrey Aditya

Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen

Alamat Asli : Jl. KH. Taisir, Palmerah

No Identitas (KTP) : 3173072808020005

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Supermarket Hokky MERR Surabaya

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum. Skripsi (Tugas akhir) ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian 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 berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 07 / 02 / 2024

Hormat saya,



JEFFREY ADITYA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Pada Supermarket Hokky MERR Surabaya". Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Strata satu (S-1) di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, peneliti tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Romo Adrian Adiredjo, S.T.L., M.A., S.T.D. selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Ibu Dr. Lilik Indrawati, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.
3. Ibu Dr. Thyophoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberi banyak masukan kepada peneliti selama menyelesaikan skripsi.
4. Ibu Dr. V. Ratna Inggawati, M.M. selaku Ketua Dosen Penguji yang sudah bersedia menyediakan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan serta kritik dan saran terhadap skripsi peneliti.





5. Bapak Deograsias Yoseph Y. F., S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang sudah bersedia menyediakan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan serta kritik dan saran terhadap skripsi peneliti.
6. Seluruh dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika yang telah membimbing peneliti selama 3,5 tahun ini.
7. Orang tua, saudara, dan kekasih peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam mengerjakan skripsi dari awal hingga skripsi ini selesai.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti cantumkan satu per satu yang juga mendukung peneliti dalam berbagai hal untuk menyelesaikan pendidikan sarjana.

Meski peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam pembuatan tugas akhir ini, tidak menutup kemungkinan masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti memerlukan saran dan kritik yang dapat membangun untuk kedepannya. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Surabaya, 05 Februari 2024

(Jeffrey Aditya)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

ABSTRAK xii

BAB 1 – 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

BAB 2 – TINJAUAN PUSTAKA 7

2.1 Landasan Teori 7

2.1.1 Citra Merek 7

2.1.1.1 Pengertian Citra Merek 7

2.1.1.2 Dimensi Citra Merek 7

2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek 8

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/pidana akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.





2.1.1.4 Indikator Citra Merek.....	8
2.1.2 Kualitas Produk.....	8
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	8
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk	9
2.1.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	9
2.1.2.4 Jenis-Jenis Kualitas Produk.....	10
2.1.2.5 Indikator Kualitas Produk.....	10
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i>	11
2.1.3.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	11
2.1.3.2 Elemen <i>Store Atmosphere</i>	11
2.1.3.3 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	13
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.4.2 Dimensi Kepuasan Konsumen	14
2.1.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.4.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.5 Loyalitas Konsumen.....	15
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	15
2.1.5.2 Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen	16
2.1.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	16
2.1.5.4 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	17
2.1.5.5 Indikator Loyalitas Konsumen.....	17
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	18
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	18



2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	18
2.2.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	18
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3.1 Penelitian Terdahulu 1.....	19
2.3.2 Penelitian Terdahulu 2.....	20
2.3.3 Penelitian Terdahulu 3.....	22
2.3.4 Penelitian Terdahulu 4.....	23
2.3.5 Penelitian Terdahulu 5.....	24
2.4 Rerangka Pemikiran.....	26
2.5 Kerangka Konseptual.....	27
2.6 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB 3 – METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian.....	29
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	29
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	29
3.2.2 Sumber Data.....	30
3.3 Variabel Penelitian.....	30
3.3.1 Variabel Bebas.....	31
3.3.2 Variabel Terikat.....	31
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	31
3.4.1 Citra Merek (X1).....	31
3.4.2 Kualitas Produk (X2).....	32
3.4.3 <i>Store Atmosphere</i> (X3).....	32



3.4.4 Kepuasan Konsumen (X4)	33
3.4.5 Loyalitas Konsumen (Y)	33
3.5 Populasi dan Sampel	34
3.5.1 Populasi	34
3.5.2 Sampel	34
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Metode Analisis Data	35
3.6.1.1 Kuesioner	35
3.6.1.2 Analisis Deskriptif	36
3.6.2 Teknik Analisis Data	37
3.6.2.1 Uji Validitas	37
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	37
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.6.2.5 Analisis Koefisien Determinasi	40
3.6.2.6 Uji t	41
BAB 4 – HASIL PENELITIAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2.1 Karakteristik Responden	43
4.2.1.1 Usia	43
4.2.1.2 Jenis Kelamin	44
4.2.1.3 Status	44
4.2.1.4 Frekuensi Kunjungan	45

4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	45
4.3 Pembahasan dan Analisis Data.....	51
4.3.1 Uji Validitas.....	51
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	52
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	53
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	56
4.3.6 Uji t.....	56
BAB 5 – PENUTUP	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Bagi Supermarket Hokky MERR Surabaya.....	62
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan penelitian sekarang dengan Bagaskara dan Kana (2021)	20
Tabel 2.2 Perbedaan penelitian sekarang dengan Hanafi dkk. (2022)	22
Tabel 2.3 Perbedaan penelitian sekarang dengan Afriana dan Sulistyawati (2023)	23
Tabel 2.4 Perbedaan penelitian sekarang dengan Molle dkk. (2019)	24
Tabel 2.5 Perbedaan penelitian sekarang dengan Luqiana (2019)	25
Tabel 3.1 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi	41
Tabel 4.1 Usia Responden	43
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.3 Status Responden	44
Tabel 4.4 Frekuensi Kunjungan Responden	45
Tabel 4.5 Rentang Interval Kelas	45
Tabel 4.6 Nilai Rata-Rata Mean Citra Merek	46
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Mean Kualitas Produk	47
Tabel 4.8 Nilai Rata-Rata Mean <i>Store Atmosphere</i>	48
Tabel 4.9 Nilai Rata-Rata Mean Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4.10 Nilai Rata-Rata Mean Loyalitas Konsumen	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel X1, X2, X3, X4, dan Y	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, X4, dan Y	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian dan pengajaran. Segala bentuk pelanggaran/penggunaan yang melanggar undang-undang tentang hak cipta akan dipertanggungjawabkan.



Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji t	57



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Surabaya Tahun 2018.....	2
Gambar 1.2 Supermarket Hokky MERR Surabaya	3
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	27
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 3.1 Garis Kontinum.....	38
Gambar 4.1 Logo Supermarket Hokky	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Variabel Citra Merek (X1).....	57
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Produk (X2)	58
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X3).....	59
Gambar 4.7 Kurva Distribusi Uji t Variabel Kepuasan Konsumen (X4).....	59

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/pilafasi akan dipertanggungjawabkan.



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Hasil Uji Deskriptif
- Lampiran 4. Hasil Perhitungan Data Kuesioner
- Lampiran 5. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 12. Hasil Uji t
- Lampiran 13. Tabel r
- Lampiran 14. Tabel t
- Lampiran 15. Kartu Bimbingan Skripsi

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dipertanggungjawabkan.



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah citra merek, kualitas produk, *store atmosphere*, dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang pernah mengunjungi Supermarket Hokky MERR Surabaya minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* dan jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data penelitian diolah menggunakan SPSS versi 25. Hasil analisa data menunjukkan bahwa semua item pernyataan variabel dinyatakan valid dengan r hitung $>$ r tabel. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,70. Hasil uji normalitas dengan P-P Plot menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Persamaan regresi linear berganda $Y = -0,343 + 0,602.X1 - 0,488.X2 + 0,821.X3 + 0,490.X4$. Koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai adjusted R square yaitu sebesar 0,709 atau 70,9% yang artinya variabel independen pada penelitian ini memberikan kontribusi kuat terhadap variabel dependen. Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (X1) memiliki nilai t hitung 5,867 $>$ t tabel 1,98525 dengan nilai sig. sebesar 0,000 $<$ 0,05 yang artinya citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya, variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai t hitung -3,031 $>$ -t tabel -1,98525 dengan nilai sig. sebesar 0,003 $<$ 0,05 yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan secara negatif terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya, variabel *store atmosphere* (X3) memiliki nilai t hitung 3,356 $>$ t tabel 1,98525 dengan nilai sig. sebesar 0,001 $<$ 0,05 yang artinya *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya, variabel kepuasan konsumen (X4) memiliki nilai t hitung 3,893 $>$ t tabel 1,98525 dengan nilai sig. sebesar 0,000 $<$ 0,05 yang artinya kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Kepuasan, Loyalitas



ABSTRACT

This research aims to determine whether brand image, product quality, store atmosphere, and customer satisfaction influence customer loyalty at Supermarket Hokky MERR Surabaya. This study is quantitative in nature. The sample consisted of 100 individuals who had visited Supermarket Hokky MERR Surabaya at least twice. The sampling technique employed was purposive sampling, and the data collected were primary data. Data were collected using a questionnaire, and SPSS version 25 was used to analyze the data. The results of data analysis indicated that all statement items of variables were valid with an observed correlation coefficient (r) greater than the critical correlation coefficient (r table). Reliability test results showed that all variables were reliable as Cronbach's Alpha values were greater than 0.70. The normality test using P-P Plot indicated that the data used in the study were normally distributed. Multicollinearity test results showed no multicollinearity issues. Heteroskedasticity test results showed no heteroskedasticity issues. The multiple linear regression equation was $Y = -0.343 - 0.602X_1 - 0.488X_2 + 0.821X_3 + 0.490X_4$. The coefficient of determination in this study showed that the adjusted R square value was 0.709 or 70.9%, indicating that independent variables in this study strongly contributed to the dependent variable. The t -test results indicated that brand image variable (X_1) had a calculated t -value of $5.867 > t$ -table 1.98525 with a significance value of $0.000 < 0.05$, meaning brand image significantly influences customer loyalty at Supermarket Hokky MERR Surabaya. The product quality variable (X_2) had a calculated t -value of $-3.031 > -t$ -table -1.98525 with a significance value of $0.003 < 0.05$, indicating that product quality significantly influences customer loyalty negatively at Supermarket Hokky MERR Surabaya. The store atmosphere variable (X_3) had a calculated t -value of $3.36 > t$ -table 1.98525 with a significance value of $0.001 < 0.05$, indicating that store atmosphere significantly influences customer loyalty at Supermarket Hokky MERR Surabaya. The customer satisfaction variable (X_4) had a calculated t -value of $3.893 > t$ -table 1.98525 with a significance value of $0.000 < 0.05$, meaning customer satisfaction significantly influences customer loyalty at Supermarket Hokky MERR Surabaya.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Store Atmosphere, Satisfaction, Loyalty

