

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN  
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PRODUK DAUKY PALEMBANG**



Oleh:

Fitri Wulan Sari

NIM: 1536200209

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah  
Palembang Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
2019**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

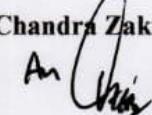
Formulir E.4


**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR  
PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH**


Nama : Fitri Wulan Sari  
NIM/Program Studi : 1536200209/Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Dauky Palembang


Telah diterima dalam ujian Munaqosyah pada tanggal, 13 Agustus 2019

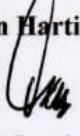
**PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH**

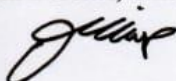
Tanggal Pembimbing Utama : Chandra Zaki Maulana, M.Si  
t.t : 

Tanggal Pembimbing Kedua : Lidia Desiana, S.E, M.Si  
t.t : 

Tanggal Penguji Utama : Dr. Said Abdullah Syahab, M.H.I  
t.t : 

Tanggal Penguji Kedua : Mail Hilian Batin, SEI, ME  
t.t : 

Tanggal Ketua : Titin Hartini, S.E, M.Si  
t.t : 

Tanggal Sekretaris : Dian Pertiwi, S.E.I, M.Si  
t.t : 



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**PERNYATAAN KEASLIAN  
PROGRAM SI EKONOMI ISLAM**

Yang bertanda tangan diawah ini:

Nama : Fitri Wulan Sari  
Nomor Induk Mahasiswa : 1536200209  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian atau karya ilmiah sendiridengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Dauky Palembang**". Kecuali pada bagian yang dirujuk sebelumnya.

Palembang, Agustus 2019

Saya yang menandatangani,

Fitri Wulan Sari

NIM. 1536200209



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Dauky Palembang  
Ditulis oleh : Fitri Wulan Sari  
NIM : 1536200209

Telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Palembang, Agustus 2019

Dekan





Alamat: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Formulir C.2**

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Disampaikan dengan Hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

**Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Dauky Palembang**

Yang ditulis Oleh:

Nama : Fitri Wulan Sari  
NIM : 1536200209  
Program : S1 Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ekonomi dan bisnis Islam untuk diajukan dalam ujian *Komprehensif* dan ujian *Munaqosyah* ujian skripsi.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Pembimbing I

**Chandra Zaki Maulana, M.Si.  
NIP. 197912232009121002**

Palembang, Juni 2019  
Pembimbing II

**Lidia Desiana, S.E, M.Si.  
NIK. 1605061741**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

*“Lakukan kebaikan sekecil apapun, karena engkau tidak pernah tau kebaikan apa yang akan memasukkanmu ke syurga”*

*(Imam Hasan Albasri)*

*“Jadilah hebat tanpa menjatuhkan orang lain”*

*(Fitri Wulan Sari)*

*Kupersembahkan kepada :*

- *Ayahanda Sarido dan Ibunda Agus Priani terima kasih atas kasih sayang dan doa yang senantiasa dipanjatkan.*
- *Mbak Mput ku tersayang (Sari Putriani, S.pd) terima kasih karena tidak pernah lelah membimbing dan mengarahkan ku, you are my inspiration.*
- *Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan.*
- *Almamater tercinta.*

## ABSTRAK

Dunia usaha sekarang ini baik yang bergerak pada bidang produksi maupun jasa, kegiatan pemasaran merupakan kunci keberhasilan dalam kelangsungan hidup bisnis. Di era persaingan yang semakin ketat yang harus di hadapi, setiap perusahaan produksi dan jasa berusaha untuk memperbaiki pemasaran mereka dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Setiap perusahaan selalu ingin mengoptimalkan hasil pencapaiannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan kebutuhan yang terpenuhi secara baik, maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian konsumen akan memberikan umpan balik yang positif berupa loyalitas. Untuk menumbuhkan loyalitas, perusahaan harus terlebih dahulu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai melalui beberapa faktor diantaranya melalui kualitas produk dan citra merek yang baik.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik yang digunakan yaitu *accidental sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif responden, analisis statistik deskriptif variabel, analisis uji asumsi klasik, analisis jalur (*Path Analysis*), strategi *causal step* dan uji sobel untuk pengujian mediasi, perhitungan pengaruh dan uji hipotesis.

Dengan menggunakan *path analysis* hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kualitas produk dan citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan memediasi antara pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas.

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

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

#### A. Huruf Konsonan

|   |   |           |   |   |           |   |   |          |
|---|---|-----------|---|---|-----------|---|---|----------|
| ا | = | •         | ز | = | <b>z</b>  | ق | = | <b>q</b> |
| ب | = | <b>b</b>  | س | = | <b>s</b>  | ك | = | <b>k</b> |
| ت | = | <b>t</b>  | ش | = | <b>sy</b> | ل | = | <b>l</b> |
| ث | = | <b>s</b>  | ص | = | <b>\$</b> | م | = | <b>m</b> |
| ج | = | <b>j</b>  | ض | = | <b>dh</b> | ن | = | <b>n</b> |
| ح | = | <b>h</b>  | ط | = | <b>t</b>  | و | = | <b>w</b> |
| خ | = | <b>kh</b> | ظ | = | <b>zh</b> | ه | = | <b>h</b> |
| د | = | <b>d</b>  | ع | = | <b>'</b>  | ء | = | <b>.</b> |
| ذ | = | <b>z</b>  | غ | = | <b>gh</b> | ي | = | <b>y</b> |
| ر | = | <b>r</b>  | ف | = | <b>f</b>  |   |   |          |

#### B. Ta' Marbutah

1. Ta` marbutah sukun ditulis b contoh بعبادة ditulis bi`ibadah.
2. Ta` marbutah sambung ditulis t contoh بعبادة ربه ditulis bo1ibadat rabbih.

#### C. Huruf Vokal

##### 1. Vokal Tunggal

- a. Fathah (----) = a
- b. Kasrah (----) = i
- c. Dhammah (----) = u



## 2. Vokal Rangka

- a. ( ا ي ) = ay
- b. ( ي -- ) = iy
- c. ( ا و ) = aw
- d. ( و --- ) = uw

## 3. Vokal Panjang

- a. ( ا ---- ) = a
- b. ( ي --- ) = i
- c. ( و ---- ) = u

## D. Kata Sandang

Penulis al qamariyyah dan al syamsiyyah menggunakan al-:

1. Al qamariyah contohnya : “ الحمد ” ditulis al-hamd.
2. Al syamsiyah contohnya : “ النمل ” ditulis al-naml.

## E. Daftar Singkatan

- H = Hijriyah
- M = Masehi
- h. = halaman
- swt. = subhanahu wa ta`ala
- saw. = sall Allah `alaih wa sallam
- QS. = al-Qur`an Surat
- HR = Hadis Riwayat
- Terj. = terjemahan

## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Dauky Palembang”**, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada manusia yang paling mulia dengan keluhuran akhlaknya, yaitu Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan akan tetapi harapan penulis skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya, atau mungkin menjadi sebuah inspirasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Amin.

Selanjutnya dalam proses penulisan skripsi ini penulis menyadari tidak terlepas dari berbagai hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dapat teratasi dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, M.A., Ph. D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.

2. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Titin Hartini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Chandra Zaki Maulana, M.Si dan Ibu Lidia Desiana, S.E., M.Si selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan dan pengarahan yang sabar.
5. Segenap Dosen, Staf Administrasi dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
6. Seluruh karyawan dan konsumen produk Dauky Palembang yang telah membantu dalam penelitian.
7. Keluargaku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan do'a.
8. Sahabat-sahabat Kayangan Wiya, Nisa, Sitoh dan Hasni terima kasih untuk setiap momen yang sudah terlewati selama 4 tahun ini.
9. Sahabat-sahabat Kerok Desta, Jujuk, Dedel, Cicil, Oma Tami dan Anti terima kasih untuk kasih sayang serta kebahagiaan yang selalu kalian berikan dan terima kasih karna kalian selalu ada.
10. Sahabat yang selalu ku repotkan Dewi Mariani terima kasih atas kebaikan, kepedulian dan dukungannya selama ini, serta sahabat-sahabat kecil ku Dewi Fitriani, Mareta dan Mega.
11. Keluarga posko 33 KKN ke-70 Nensi, Lilik, Tuti, Pika, Iza, Ahmed dan Rido terima kasih untuk setiap momen dan kebersamaan yang telah kita lewati.

12.Sahabat-sahabat seperjuangan, khususnya keluarga besar Ekonomi Syariah 5

Angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

13. Almamaterku.

Akhir kata hanya kepada Allah penulis memanjatkan doa, semoga Allah SWT memberikan balasan berupa amal yang berlipat kepada mereka. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi orang lain. Amin.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Palembang, Juli 2019

Penulis

**Fitri Wulan Sari**  
**Nim. 1536200209**

## DAFTAR ISI

|   |              |
|---|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>              | <b>i</b>     |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>        | <b>ii</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b> | <b>iii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>         | <b>iv</b>    |
| <b>NOTA DINAS.....</b>                  | <b>v</b>     |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>       | <b>vi</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                    | <b>vii</b>   |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>      | <b>viii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>              | <b>x</b>     |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                  | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>               | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>            | <b>xix</b>   |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah ..... | 1  |
| B. Rumusan Masalah              | 10 |
| C. Batasan Masalah .....        | 11 |
| D. Tujuan Penelitian .....      | 11 |
| E. Manfaat Penelitian .....     | 12 |
| F. Sistematika Penulisan .....  | 13 |

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| A. Landasan Teori.....          | 15 |
| 1. Kualitas Produk.....         | 15 |
| 2. Citra Merek .....            | 20 |
| 3. Loyalitas .....              | 25 |
| 4. Kepuasan .....               | 30 |
| A. Penelitian Terdahulu .....   | 36 |
| B. Pengembangan Hipotesis ..... | 44 |

|   |    |
|---|----|
| 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas .....  | 44 |
| 2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas .....  | 45 |
| 3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas .....   | 46 |
| 4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan .....   | 46 |
| 5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan .....   | 47 |
| 6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan<br>Konsumen Sebagai Variabel Intervening..... | 48 |
| 7. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan<br>Konsumen Sebagai Variabel Intervening .....    | 48 |
| C. Kerangka Pemikiran Teoritis .....  | 49 |
| D. Hipotesis .....  | 50 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| A. Ruang Lingkup Penelitian.....                 | 51 |
| B. Desain Penelitian .....                       | 51 |
| C. Jenis dan Sumber Data.....                    | 51 |
| D. Populasi dan Sampel .....                     | 52 |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....                  | 54 |
| F. Variabel Penelitian.....                      | 55 |
| G. Definisi Operasional Variabel.....            | 56 |
| H. Instrumen Penelitian .....                    | 58 |
| 1. Uji Validitas .....                           | 58 |
| 2. Uji Reliabilitas.....                         | 58 |
| I. Teknik Analisis Data .....                    | 59 |
| 1. Uji Asumsi Klasik .....                       | 60 |
| a. Uji Normalitas.....                           | 60 |
| b. Uji Linieritas .....                          | 61 |
| c. Uji Multikolinieritas .....                   | 61 |
| d. Uji Heteroskedastisitas .....                 | 62 |
| 2. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) ..... | 63 |
| 3. Prosedur Analisis Variabel Intervening .....  | 70 |

|  |     |
|--|-----|
| 4. Perhitungan Pengaruh .....  | 74  |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>  |     |
| A. Karakteristik Responden .....   | 75  |
| B. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....  | 79  |
| C. Hasil Uji Asumsi Klasik .....   | 81  |
| 1. Uji Asumsi Klasik .....   | 81  |
| a. Uji Normalitas .....  | 81  |
| b. Uji Linieritas .....  | 82  |
| c. Uji Multikolinieritas .....   | 86  |
| d. Uji Heteroskedastisitas .....   | 87  |
| 2. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....   | 89  |
| 3. Pengujian Variabel Mediasi .....  | 95  |
| 4. Pengujian <i>Sobel Test</i> .....   | 98  |
| 5. Perhitungan Pengaruh .....  | 102 |
| 6. Rekapitulasi Hasil Penelitian .....   | 104 |
| D. Pembahasan .....  | 105 |
| 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas .....   | 105 |
| 2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas .....   | 106 |
| 3. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas .....  | 107 |
| 4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan .....  | 109 |
| 5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan .....  | 110 |
| 6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan<br>Konsumen Sebagai Variabel Intervening ..... | 111 |
| 7. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan<br>Konsumen Sebagai Variabel Intervening .....     | 112 |
| <b>BAB V PENUTUP</b>   |     |
| A. Simpulan .....  | 114 |
| B. Saran .....   | 114 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>  |     |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>   |     |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 : Kontribusi PBD Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor.....               | 2  |
| Tabel 1.2 : Top Brand Fashion Muslim Terkenal di Indonesia.....                 | 4  |
| Tabel 1.3 : <i>Research gap</i> Kualitas Produk terhadap Loyalitas .....        | 5  |
| Tabel 1.4 : <i>Research gap</i> Citra Merek terhadap Loyalitas.....             | 6  |
| Tabel 1.5 : <i>Research gap</i> Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas .....      | 7  |
| Tabel 1.6 : <i>Research gap</i> Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen..... | 8  |
| Tabel 1.7 : <i>Research gap</i> Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen .....    | 9  |
| Tabel 2.1 : Ringkasan Penelitian Terdahulu.....                                 | 41 |
| Tabel 3.1 : Definisi Operasional Variabel.....                                  | 56 |
| Tabel 3.2 : Pedoman untuk Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....         | 59 |
| Tabel 4.1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                           | 75 |
| Tabel 4.2 : Responden Berdasarkan Usia .....                                    | 76 |
| Tabel 4.3 : Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....                      | 77 |
| Tabel 4.4 : Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                               | 77 |
| Tabel 4.5 : Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....                    | 78 |
| Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Instrumen .....                                 | 79 |
| Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....                               | 81 |
| Tabel 4.8 : Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....                 | 82 |
| Tabel 4.9 : Uji Linearitas Kepuasan dan Kualitas Produk.....                    | 83 |



|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.10 : Uji Linearitas Kepuasan dan Citra Merek .....  | 83  |
| Tabel 4.11 : Uji Linearitas Loyalitas dan Kualitas Produk.....  | 84  |
| Tabel 4.12 : Uji Linearitas Loyalitas dan Citra Merek .....   | 85  |
| Tabel 4.13 : Uji Linearitas Loyalitas dan Kepuasan .....  | 85  |
| Tabel 4.14 : Uji Multikolinearitas <i>Tolerance</i> dan VIF .....   | 86  |
| Tabel 4.15 : Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glesje.....  | 87  |
| Tabel 4.16 : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Secara Simultan<br>Terhadap Kepuasan.....             | 89  |
| Tabel 4.17 : ANOVA dengan nilai F dan Sig. ....   | 90  |
| Tabel 4.18 : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Secara Parsial<br>Terhadap Kepuasan.....              | 91  |
| Tabel 4.19 : Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan dan Citra Merek<br>secara simultan terhadap Loyalitas ..... | 92  |
| Tabel 4.20 : ANOVA dengan nilai F dan Sig. ....   | 93  |
| Tabel 4.21 : Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan dan Citra Merek<br>Secara Parsial Terhadap Loyalitas .....  | 94  |
| Tabel 4.22 : Koefisien Kualitas Produk terhadap Kepuasan.....   | 98  |
| Tabel 4.23 : Koefisien Kepuasan terhadap Loyalitas.....   | 99  |
| Tabel 4.24 : Standar Error Kepercayaan terhadap Kepuasan.....   | 99  |
| Tabel 4.25 : Standar Error Kepuasan terhadap Loyalitas.....   | 99  |
| Tabel 4.25 : Koefisien Citra Merek terhadap Kepuasan.....   | 100 |
| Tabel 4.26 : Koefisien Citra Merek terhadap Kepuasan.....   | 100 |
| Tabel 4.27 : Koefisien Kepuasan terhadap Loyalitas.....   | 100 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.28 : Standar Eror Citra Merek terhadap Kepuasan..... | 101 |
| Tabel 4.29 : Standar Eror Kepuasan terhadap Loyalitas.....   | 101 |
| Tabel 4.30 : Rekapitulasi Hasil Penelitian.....              | 104 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Gambar 2.1 | : Lima Tingkatan Produk .....   | 17 |
| Gambar 2.2 | : Piramida Loyalitas Merek .....  | 26 |
| Gambar 2.3 | : Kerangka Konseptual .....   | 49 |
| Gambar 3.1 | : Diagram Jalur Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek<br>Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai<br>Variabel Intervening..... | 63 |
| Gambar 4.1 | : Strategi <i>Causal Step</i> (Pengaruh Kualitas Produk terhadap<br>Loyalitas dengan Dimediasi Kepuasan).....                                 | 95 |
| Gambar 4.2 | : Strategi <i>Causal Step</i> (Pengaruh Citra Merek terhadap<br>Loyalitas dengan Dimediasi Kepuasan).....                                     | 97 |

