

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE BERINGIN  
PREMIUM KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Alvian Laia  
180910149**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE BERINGIN  
PREMIUM KOTA BATAM**

**SKRIPSI**  
Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar Sarjana



**Oleh:**

**Alvian Laia  
180910149**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Alvian Laia  
Npm : 180910149  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE BERINGIN PREMIUM KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 24 Januari 2023

  
**Alvian Laia**  
180910149

**PENGARUH KUALITAS PRODUK EKUITAS MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE BERINGIN  
PREMIUM KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat**

**Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:**

**Alvian Laia**

**180910149**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 24 Januari 2023**



**Sunargo, SE., M.Sc**

**Pembimbing**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan ekuitas merek secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Cafe Beringin Kota Batam. Strategi pengumpulan informasi adalah survei gambaran umum terhadap 100 responden. Metode yang digunakan adalah pemeriksaan yang berbeda dan jenis eksplorasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik review. Efek samping dari ulasan itu masuk variabel kualitas produk terhadap Kepuasan konsumendengan nilai T hitung  $>$  T tabel ( $4,530 > 1,660$ ) dengan tingkat signifikan ( $0,001 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian variable Ekuitas Merek terhadap Kepuasan konsumenmemiliki nilai T hitung  $>$  T tabel ( $6,799 < 1,660$ ) dengan tingkat signifikan ( $0,000 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sebaliknya nilai f dapat diperoleh sekaligus dengan f hitung  $>$  f tabel dan Sig  $0,000 < 0,05$ . Dari sini dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu variabel kualitas produk dan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** ekuitas merek, kepuasan konsumen dan kualitas produk

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality and brand equity simultaneously and partially on customer satisfaction at Cafe Beringin Batam City. The information gathering strategy is an overview survey of 100 respondents. The method used is a different examination and the type of exploration used in this study is a review technique. The side effects of this review include the product quality variable on consumer satisfaction with a  $T$  count  $>$   $T$  table ( $4.530 > 1.660$ ) with a significant level ( $0.001 < 0.05$ ) so it can be concluded that product quality has a significant influence on consumer satisfaction. The results of the research variable Brand Equity on consumer satisfaction has a value of  $T$  count  $>$   $T$  table ( $6.799 < 1.660$ ) with a significant level ( $0.000 > 0.05$ ), so it can be concluded that brand equity has a significant effect on Consumer Satisfaction. Conversely, the value of  $f$  can be obtained at once with  $f$  count  $>$   $f$  table and Sig  $0.000 < 0.05$ . From this it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, namely product quality and brand equity variables have a significant effect on consumer satisfaction.*

**Keywords:** brand equity, consumer satisfaction and product quality

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik sebagai syarat untuk tugas akhir kuliah pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini belum sempurna dan tidak akan terwujud tanpa arahan pembimbing dan semua pihak. Oleh karena itu, kritik dan saran akan penulis terima. Karena itu, pada kesempatan ini penulis juga akan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Sunargo, S.E., M.Sc., selaku pembimbing skripsi yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
5. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua, keluarga dan teman yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Seluruh pimpinan dan karyawan Cafe Beringin Batamyang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan Bapak, Ibu dan rekan-rekan sekalian. Amin.

Batam, 24 Januari 2023



Alvian Laia

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR RUMUS .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah .....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.6.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Teori Dasar.....	13
2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.1.2. Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.1.3. Indikator Kepuasan Konsumen .....	14
2.1.2 Kualitas Produk .....	15
2.1.2.1. Dimensi Kualitas Produk .....	16
2.1.2.2. Indikator Kualitas Produk .....	18
2.1.3 Ekuitas Merek .....	19
2.1.3.1. Elemen-elemen Ekuitas Merek .....	20
2.1.3.2. Indikator Ekuitas Merek .....	21
2.2 Peneliti Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Sifat Penelitian.....	27
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian .....	28
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2 Periode Penelitian .....	28



3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel .....	29
3.4.3 Teknik Sampling.....	30
3.5.Sumber Data .....	31
3.6.Metode Pengumpulan Data .....	31
3.7.Definisi Operasional Variabel .....	33
3.8.Metode Analisis Data .....	35
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	36
3.8.2 Uji Kualitas Data .....	37
3.8.2.1. Uji Validitas Instrumen .....	37
3.8.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	38
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.8.3.1. Uji Normalitas .....	39
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas .....	39
3.8.3.3. Uji Heterokedastisitas.....	39
3.8.4 Uji Pengaruh .....	40
3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi.....	41
3.9. Uji Hipotesis .....	41
3.9.1.1. Pengujian Secara Parsial (Uji T) .....	41
3.9.1.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	42

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 44**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	45
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	46
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
4.3 Deskripsi Jawaban Responden .....	48
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	48
4.3.1.1. Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	48
4.3.1.2. Deskripsi Variabel Ekuitas Merek .....	50
4.3.1.3. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen .....	52
4.4. Analisis Data .....	53
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	53
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	56
4.4.3.1. Hasil Uji Normalitas .....	56
4.4.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
4.4.3.3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	59
4.4.4 Analisis Regresi Berganda.....	60
4.4.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	60

4.4.4.2. Koefisien Determinasi .....	61
4.5 Pengujian Hipotesis .....	62
4.5.1 Secara Parsial (Uji T) .....	62
4.5.2 Secara Simultan (Uji F) .....	63
4.6 Pembahasan .....	64
4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	64
4.6.2. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....	64
4.6.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....	65
4.7. Implikasi Hasil Penelitian .....	65
4.7.1. Implikasi Teoritis .....	65
4.7.2. Implikasi Praktis .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Pendapatan Kotor Cafe Beringin .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	26
Gambar 4.1 Produk dan Logo Cafe Beringin.....	44
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Pada Normal P-P Plot .....	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	58
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Komplain Pelanggan Cafe Beringin.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.3 Rentang Skala .....	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	45
Tabel 4.2 Usia Responden.....	46
Tabel 4.3 Pendapatan Perbulan .....	46
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4.5 Persentase Indikator Kualitas Produk .....	48
Tabel 4.6 Persentase Indikator Ekuitas Merek.....	51
Tabel 4.7 Persentase Indikator Kepuasan Konsumen .....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek .....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linear Berganda .....	60
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi .....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	63

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow .....	29
Rumus 3.2 Rentang Skala .....	36
Rumus 3.3 Uji Validitas Data .....	37
Rumus 3.4 Uji Regresi .....	40
Rumus 3.5 Uji T .....	42
Rumus 3.6 Uji F .....	43