

**PENGARUH KEPERCAYAAN,  
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PT BATAM FROZEN FOOD**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Eric  
190910039**

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN,  
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
PT BATAM FROZEN FOOD**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:  
Eric  
190910039**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Eric  
NPM : 190910039  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BATAM FROZEN FOOD**

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 didalam 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, 17 Januari 2023



**Eric**  
190910039

**PENGARUH KEPERCAYAAN,  
KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
PADA PT BATAM FROZEN FOOD**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:  
Eric  
190910039**

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

**Batam, 17 Januari 2023**



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.  
Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Frozen Food. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Sampel penelitian digunakan sebanyak 100 konsumen pada PT Batam Frozen Food dengan menggunakan rumus Cochran. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dengan menggunakan software SPSS 25, teknik analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, kepercayaan (X1) berpengaruh sebesar 0,340 atau 34% terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Frozen Food, kualitas produk (X2) berpengaruh sebesar 0,217 atau 21,7% terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Frozen Food dan citra merek (X3) berpengaruh sebesar 0,477 atau 47,7% terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Frozen Food. Selain ini, kepercayaan, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh kepuasan konsumen pada PT Batam Frozen Food sebesar 62,7% sesuai dengan data koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa kepercayaan, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun secara simultan kepuasan konsumen pada PT Batam Frozen Food.

**Kata Kunci** : Kepercayaan, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of trust, product quality, and brand image on consumer satisfaction at PT Batam Frozen Food. This research was conducted using quantitative techniques. The research sample used 100 consumers at PT Batam Frozen Food using the Cochran formula. Questionnaires are used as data collection techniques. By using SPSS 25 software, data analysis techniques include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing. Based on the results of multiple linear regression, trust (X1) has an effect of 0.340 or 34% on consumer satisfaction at PT Batam Frozen Food, product quality (X2) has an effect of 0.217 or 21.7% on customer satisfaction at PT Batam Frozen Food and brand image (X3) has an effect of 0.477 or 47.7% on consumer satisfaction at PT Batam Frozen Food. Apart from this, trust, product quality, and brand image affect consumer satisfaction at PT Batam Frozen Food by 62.7% according to the coefficient of determination data (R<sup>2</sup>). Based on the results of hypothesis testing, it was found that trust, product quality, and brand image had a positive and significant effect partially or simultaneously on customer satisfaction at PT Batam Frozen Food.*

**Keywords:** *Trust, Product Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas putera Batam;
2. Bapak Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan 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. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M. Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah membagikan ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan memberikan kelancaran dalam segala hal yang dikerjakan. Amin

Batam, 17 Januari 2023



Eric





## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.6.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Teori Dasar.....	9
2.1.1 Kepercayaan.....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.3 Citra Merek .....	13
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
2.3.1 Keterkaitan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen .....	18
2.3.2 Keterkaitan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	18
2.3.3 Keterkaitan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen .....	19
2.3.4 Keterkaitan Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen .....	19
2.4 Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Sifat Penelitian .....	21

3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	21
3.3.1	Lokasi Penelitian .....	21
3.3.2	Periode Penelitian .....	22
3.4	Populasi dan Sampel .....	22
3.4.1	Populasi .....	22
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel .....	22
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	23
3.5	Sumber Data .....	24
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	24
3.7	Definisi Operasional Variabel .....	25
3.8	Metode Analisis Data .....	26
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	26
3.8.2	Uji Kualitas Data .....	26
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	27
3.8.4	Uji Pengaruh .....	28
3.9	Uji Hipotesis .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>31</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	31
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian .....	31
4.1.2	Logo Perusahaan .....	31
4.1.3	Visi dan Misi Objek Penelitian .....	31
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	32
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha .....	32
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	32
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	33
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen .....	33
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	34
4.3.1	Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	34
4.3.2	Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	36
4.3.3	Deskripsi Variabel Citra Merek .....	37
4.3.4	Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen .....	39
4.4	Analisis Data .....	42
4.4.1	Hasil Uji Validitas .....	42
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	43
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	43
4.5	Pengujian Hipotesis .....	47
4.5.1	Hasil Uji T .....	47
4.5.2	Hasil Uji F .....	48
4.6	Pembahasan .....	48
4.6.1	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	48
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	49
4.6.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....	50
4.6.4	Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....	51
4.7	Implikasi Penelitian .....	52
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>53</b>
5.1	Simpulan .....	53

5.2      Saran .....53

**DAFTAR PUSTAKA ..... 55**

**LAMPIRAN**

1. Pendukung Penelitian
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Surat Izin Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....	20
<b>Gambar 4.1</b> Logo PT Batam Frozen Food (BFF).....	31
<b>Gambar 4.2</b> Kurva Histogram.....	43
<b>Gambar 4.3</b> Normal P-Plot .....	44

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	16
<b>Tabel 2.2</b> Lanjutan.....	17
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	22
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert .....	25
<b>Tabel 3.3</b> Definisi Operasional variabel .....	26
<b>Tabel 3.4</b> Lanjutan.....	27
<b>Tabel 4.1</b> Profil Berdasarkan Jenis Usaha .....	32
<b>Tabel 4.2</b> Profil Berdasarkan Lama Usaha .....	32
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	33
<b>Tabel 4.4</b> Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen.....	33
<b>Tabel 4.5</b> Kepercayaan (X1).....	34
<b>Tabel 4.6</b> Lanjutan (X1) .....	35
<b>Tabel 4.7</b> Kualitas Produk (X2).....	36
<b>Tabel 4.8</b> Lanjutan (X2) .....	37
<b>Tabel 4.9</b> Citra Merek (X3).....	37
<b>Tabel 4.10</b> Lanjutan (X3) .....	38
<b>Tabel 4.11</b> Lanjutan (X3) .....	39
<b>Tabel 4.12</b> Kepuasan Konsumen (Y) .....	39
<b>Tabel 4.13</b> Lanjutan (Y) .....	40
<b>Tabel 4.14</b> Lanjutan (Y) .....	41
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Validitas .....	42
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	43
<b>Tabel 4.17</b> Kolmogorov-smimov .....	44
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	45
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji Heterokedastisitas .....	45
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Analisis Linear Berganda.....	46
<b>Tabel 4.21</b> Hasil Uji R2 .....	47
<b>Tabel 4.22</b> Hasil Uji T .....	47
<b>Tabel 4.23</b> Hasil Uji F .....	48

## DAFTAR RUMUS

	<b>Halaman</b>
<b>Rumus 3.1</b> Sampel Cochran .....	23
<b>Rumus 3.2</b> Regfresi Linier Berganda .....	28