

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEBERAGAMAN
PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI INDOMARET
KAMPUNG BELIMBING**

SKRIPSI



**Oleh:
Zentina Nababan
190910159**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEBERAGAMAN
PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI INDOMARET
KAMPUNG BELIMBING**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Zentina Nababan
190910159**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Zentina Nababan

NPM : 190910159

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Keberagaman Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Indomaret Kampung Belimbing”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam 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, 19 Januari 2024


337AKX714465299
Zentina Nababan
190910159

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEBERAGAMAN
PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI INDOMARET
KAMPUNG BELIMBING**

SKRIPSI

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

**Oleh
Zentina Nababan
190910159**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 19 Januari 2024



**David Humala Sitorus., S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas produk, keberagaman produk, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Kampung Belimbing. Metode penelitian menggunakan jenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi adalah individu yang melakukan pembelian di Indomaret Kampung Belimbing selama tahun 2023, dengan jumlah yang tidak dapat diketahui dengan pasti. Sebagai metode pemilihan sampel, penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, dan akhirnya, 100 responden dipilih melalui metode *purposive sampling*. Analisis data melibatkan regresi linier berganda, termasuk langkah-langkah seperti uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 24,0% terhadap kepuasan pelanggan, keberagaman produk memberikan pengaruh sebesar 22,7%, dan citra merek memberikan pengaruh sebesar 22,2%. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kualitas produk, keberagaman produk, dan citra merek dapat menjelaskan sebesar 72,3% variasi dalam kepuasan pelanggan. Uji t dan uji F menegaskan bahwa kualitas produk, keberagaman produk, dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun secara simultan, terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Kampung Belimbing.

Kata Kunci: *Brand Image*, Keberagaman Produk, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk.

ABSTRACT

This research aims to explore the influence of product quality, product diversity and brand image on customer satisfaction at Indomaret Kampung Belimbing. The research method uses a descriptive type with a quantitative approach. The population is individuals who made purchases at Indomaret Kampung Belimbing during 2023, the number of which cannot be known with certainty. As a sample selection method, this research used the Lameshow formula, and finally, 100 respondents were selected through a purposive sampling method. Data analysis involves multiple linear regression, including steps such as data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests. The results of multiple linear regression analysis show that product quality has an influence of 24.0% on customer satisfaction, product diversity has an influence of 22.7%, and brand image has an influence of 22.2%. The coefficient of determination (R^2) shows that overall, product quality, product diversity, and brand image can explain 72.3% of the variation in customer satisfaction. The t test and F test confirm that product quality, product diversity and brand image have a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on customer satisfaction at Indomaret Kampung Belimbing.

Keywords:*Brand Image; Customer Satisfaction; Product Diversity; Product Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud 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 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 Universitas Putera Batam.
4. Bapak David Humala Sitorus., S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak Indomaret dan responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 19 Januari 2024



Zentina Nababan



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Secara Teoritis.....	11
1.6.2 Secara Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Produk	13
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.1.2 Tingkatan Produk	14
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	17
2.1.2 Keberagaman Produk	21
2.1.2.1 Pengertian Keberagaman Produk	21
2.1.2.2 Indikator Keberagaman Produk.....	23
2.1.3 <i>Brand Image</i>	26
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	26
2.1.3.2 Indikator <i>Brand Image</i>	27
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	29
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	29
2.1.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.3.2 Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Keberagaman Produk Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.4 Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Sifat Penelitian	38
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	39
3.3.1	Lokasi Penelitian	39
3.3.2	Periode Penelitian.....	39
3.4	Populasi dan Sampel	40
3.4.1	Populasi	40
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	40
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	41
3.5	Sumber Data	42
3.6	Metode Pengumpulan Data	43
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
3.7.1	Variabel Independen (X).....	44
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	45
3.8	Metode Analisis Data	46
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	46
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	47
3.8.2.1	Uji Validitas	47
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.8.3.1	Uji Normalitas	49
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	50
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	51
3.8.4	Uji Pengaruh.....	52
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	53
3.9	Uji Hipotesis.....	54
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	54
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	58
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	60
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	61
4.3.1	Deskriptif Kualitas Produk (X1)	61
4.3.2	Deskriptif Keberagaman Produk (X2)	63
4.3.3	Deskriptif <i>Brand Image</i> (X3).....	64
4.3.4	Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y).....	65
4.4	Analisis Data	67
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	67
4.4.1.1	Uji Validitas	67

4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	69
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	70
4.4.2.1 Uji Normalitas	70
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	73
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	74
4.4.3 Uji Pengaruh.....	75
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.5 Pengujian Hipotesis	78
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	78
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	80
4.6 Pembahasan.....	81
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	81
4.6.2 Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	83
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Keberagaman Produk Dan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	84
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	87
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Gerai Indomaret, 2019-2022	6
Gambar 1.2 Jumlah Gerai Indomaret, 2019-2020	7
Gambar 1.3 Jumlah Gerai Indomaret Di Kota Batam, 2022-2023	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	71
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i>	72
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Keberagaman Produk Di Indomaret Kampung Belimbing	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusioner.....	43
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	47
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusioner.....	43
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	47
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	60
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	61
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Produk.....	62
Tabel 4.7 Deskriptif Keberagaman Produk	63
Tabel 4.8 Deskriptif <i>Brand Image</i>	64
Tabel 4.9 Deskriptif Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	67
Tabel 4.11 Uji Validitas Keberagaman Produk (X2).....	68
Tabel 4.12 Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X3).....	68
Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	69
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	73
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan).....	80

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Lameshow</i>	41
Rumus 3.2 Rentang Skala	46
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	48
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	49
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	52
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	54
Rumus 3.7 Uji t	55
Rumus 3.8 Uji f	56