

PENGARUH *PRODUCT, IMAGE, VISUAL* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO ROTI
BREADTALK DI GALAXY MALL SURABAYA



Oleh:

REYNARD DIMAS ADI VERDIANDA

3103009051

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT, IMAGE, VISUAL* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA TOKO ROTI BREADTALK GALAXY
MALL SURABAYA**

Oleh:

Reynard Dimas Adi V.

3103009051

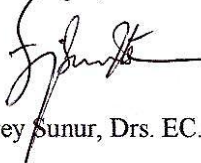
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Pada Ujian Akhir Tugas Akhir

Pembimbing I,



F.N Hendro Susanto, SE., MM.

Pembimbing II,



Jeffrey Sunur, Drs. EC.

Tanggal: 20 Juli 2014

Tanggal: 20 Juli 201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: REYNARD DIMAS ADI VERDIANDA

NRP: 3103009051

Telah diuji pada tanggal 25 Agustus 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

NIK. 311.98.0361

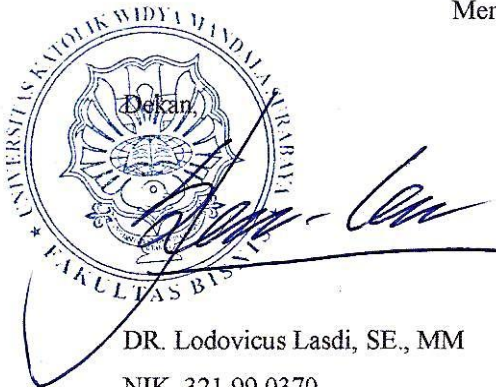
Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.

NIK. 311.99.0369



DR. Lodovicus Lasdi, SE., MM
NIK. 321.99.0370

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reynard Dimas Adi V

NRP : 3103009051

Judul Skripsi : Pengaruh *Product, Image, Visual* terhadap
Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan
Konsumen pada toko roti BreadTalk di Galaxy
Mall Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya.
Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima
sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini
dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*
Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan
akademik sebatas sesuai dengan undang – undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini
saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Juli 2014

Yang Menyatakan,



(Reynard Dimas Adi V.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik. Penulisan tugas akhir berjudul **“Pengaruh *Product, Image, Visual Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Toko Roti BreadTalk Di Galaxy Mall Surabaya*”**. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM. Selaku dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti. SE, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Robertus Sigit H. L.,SE., M.Sc. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak F.N Hendro Susanto, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Bapak Jeffrey Sunur, Drs. Ec. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.
7. *Special thanks to my big family*, khususnya orang tua yang memberi dukungan dalam moral dan materil serta doa bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. *Special thanks to my friend*, William Jody Sutanto dan Elbert Jonathan yang mendukung dan memberi arahan bagi penulis hingga terselesaikannya skripsi dengan baik.
9. Teman-teman seperjuangan saya, Stevanus Lukman Trusulo, Richard Welly, Steven Daniel, Veronica Lavinia Laksono dan Erik Lesmana yang menemani hingga skripsi terselesaikan dengan baik
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

22 Juli 2014

Reynard Dimas Adi V.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	01
1.1 Latar Belakang.....	01
1.2 Rumusan Masalah.....	04
1.3 Tujuan Penelitian	04
1.4 Manfaat Penelitian	05
1.5 Sistematika Penulisan	06
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	07
2.1 Penelitian Terdahulu	07
2.2 Landasan Teori	08
2.2.1 <i>Product</i>	08
2.2.2 <i>Image</i>	09
2.2.3 <i>Visual</i>	11
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	12

2.2.5	Loyalitas Konsumen.....	16
2.2.6	Hubungan antara <i>Product</i> dengan Kepuasan Konsumen.....	21
2.2.7	Hubungan antara <i>Image</i> dengan Kepuasan Konsumen.....	22
2.2.8	Hubungan antara <i>Visual</i> dengan Kepuasan Konsumen.....	22
2.2.9	Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen.....	23
2.2.10	Hubungan antara <i>Product</i> dengan Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	24
2.2.11	Hubungan antara <i>Image</i> dengan Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	25
2.2.12	Hubungan antara <i>Image</i> dengan Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	26
2.3	Kerangka Penelitian	26
2.4	Hipotesis	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Desain Penelitian	28
3.2	Identifikasi Variabel.....	28
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4	Jenis dan Sumber Data	30
3.4.1	Jenis Data.....	30
3.4.2	Sumber Data	31
3.5	Skala Pengukuran Variabel.....	31
3.6	Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	32
3.6.1	Populasi	32
3.6.2	Sampel.....	32

3.7	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7.1	Alat Pengumpulan Data.....	33
3.7.2	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.8	Teknik Pengumpulan Data	33
3.8.1	Jenis dan Sumber Data	33
3.8.2	Pengumpulan Data	34
3.9	Teknik Analisis Data.....	34
3.9.1	Uji <i>Degree of Freedom</i>	34
3.9.2	Uji Normalitas.....	35
3.9.3	Uji Outliner.....	35
3.9.4	Uji Validitas.....	35
3.9.5	Uji Reliabilitas	36
3.9.6	Analisis <i>Structural Equation Model</i>	36
BAB 4	HASIL dan PEMBAHASAN	40
4.1	Identifikasi Responden.....	40
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	41
4.3	Hasil Analisis Data.....	47
4.3.1	Analisis SEM.....	47
4.3.2	Uji Normalitas.....	47
4.3.3	Uji Kecocokan Seluruh Model	49
4.3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	50
	4.3.4.1 Uji Validitas	50
	4.3.4.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.3.5	Persamaan Struktural.....	56
4.3.6	Uji Hipotesis	59
4.4	Pembahasan	60
4.4.1	Pengaruh <i>Product</i> terhadap kepuasan konsumen	
	60

4.4.2	Pengaruh <i>Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen .	61
4.4.3	Pengaruh <i>Visual</i> terhadap Kepuasan Konsumen .	62
4.4.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	62
4.4.5	Pengaruh <i>Product</i> terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen	63
4.4.6	Pengaruh <i>Image</i> terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen	64
4.4.7	Pengaruh <i>Visual</i> terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen	64
BAB 5 SIMPULAN dan SARAN		66
5.1	Simpulan	66
5.2	Saran	68
5.2.1	Saran Akademis	68
5.2.2	Saran Praktis	68

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu..... 07
Tabel 3.1	<i>Goodness-of-fit-index</i> 38
Tabel 4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 41
Tabel 4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 41
Tabel 4.3	Kelompok Interval Penilaian..... 42
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Product</i> 42
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Image</i> 43
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Visual</i> 44
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen 45
Tabel 4.9	<i>Assessment of Normality</i> 48
Tabel 4.10	<i>Goodness of fit</i> 50
Tabel 4.11	Tabel Validitas..... 51
Tabel 4.12	Tabel <i>Measurement Error</i> dari <i>Product</i> 52
Tabel 4.13	Tabel <i>Measurement Error</i> dari <i>Image</i> 53
Tabel 4.14	Tabel <i>Measurement Error</i> dari <i>Visual</i> 54
Tabel 4.15	Tabel <i>Measurement Error</i> dari Kepuasan Konsumen . 55
Tabel 4.16	Tabel <i>Measurement Error</i> dari Loyalitas Konsumen .. 56

Tabel 4.17	Tabel <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> Variabel 57
Tabel 4.18	Tabel Pengujian Hipotesis 59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Gambar Model Penelitian 26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: KUESIONER
Lampiran 2a	: IDENTIFIKASI RESPONDEN
Lampiran 2b	: JAWABAN RESPONDEN
Lampiran 3	: STATISTIK DESKRIPTIF
Lampiran 4	: UJI NORMALITAS
Lampiran 5	: OUTPUT TEKS
Lampiran 6	: PATH DIAGRAM

ABSTRAK

Konsumen merupakan kunci sebuah bisnis untuk dapat terus bertahan dalam persaingan. Penting bagi para pebisnis untuk mencari cara agar konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan maupun produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Setiap konsumen akan membentuk suatu harapan yang didasarkan pada pengalaman dari perusahaan itu sendiri. Dengan demikian konsumen akan semakin kritis dalam menentukan dan memilih produk perusahaan. Tujuan dari studi ini adalah untuk melihat pengaruh dari variabel *product, image, visual*, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada BreadTalk Galaxy Mall di Surabaya. Penelitian ini melibatkan para konsumen di BreadTalk Galaxy Mall di Surabaya dan menguji pengaruh menggunakan metode *structural equation model* (SEM).

Hasil dari penelitian akan menunjukkan bahwa pelanggan akan memiliki loyalitas pada BreadTalk Galaxy Mall sehingga konsumen diharapkan selalu mengkonsumsi produk dari BreadTalk baik dimasa kini maupun dimasa akan datang.

Kata Kunci : *Product, Image, Visual*, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Consumers are key to a business for continue to survive in the competition. It is important for business people to look for ways that consumers can feel satisfied with the services and product. Each consumer will inform an expectation based on the experience of the company itself. Thus, consumers will increasingly critical in determine and choose product company. The purpose of this study was to observe the effect of variable product, image, visual, customer satisfaction and customer loyalty at BreadTalk Galaxy Mall Surabaya and examine the effect of using the structural equation model metod

The conclusion of the research will show if consumer have a loyalty after BreadTalk product and hoping customer will be consume the produk whenever today or in the future.

Keyword: Product, Image, Visual, Customer Satisfaction and Customer Loyalty