

HALAMAN MOTTO

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah: 6)



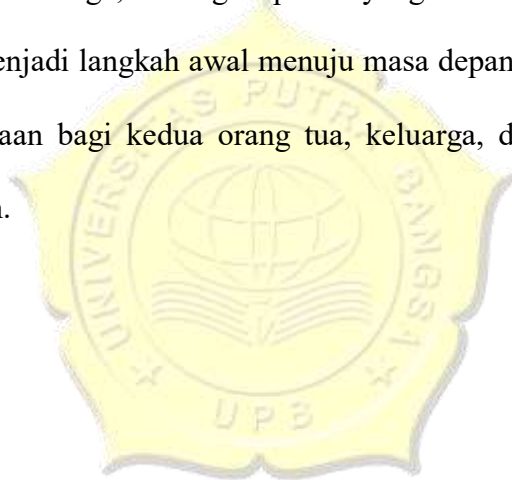
HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, kesehatan, kemudahan, dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua terinta, yang menjadi alasan terbesar saya untuk terus berjuang.
Terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, kerja keras, serta dukungan yang tidak pernah berhenti. Meskipun saya harus merantau jauh dari Lampung untuk menempuh pendidikan di Universitas Putra Bangsa, doa dan cinta Ayah serta Ibu selalu menjadi kekuatan yang menguatkan saya hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Ayah dan Ibu.
2. Keluarga besar, yang selalu memberikan doa, perhatian, motivasi, dan semangat selama saya menjalani kehidupan sebagai mahasiswa perantauan.
3. Ibu Mispiyanti, S.E., Ak., M.Ak., CA, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, ilmu, serta motivasi dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.

5. Teman-teman seperjuangan kelas Mjrf22, yang selalu memberikan semangat, kebersamaan, dukungan, serta menjadi bagian dari perjalanan yang penuh cerita selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh responden penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
7. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih telah berani mengambil keputusan untuk merantau jauh dari kampung halaman di Lampung demi mengejar cita-cita. Terima kasih telah bertahan melewati berbagai tantangan, rasa rindu kepada keluarga, dan segala proses yang tidak mudah. Semoga setiap perjuangan ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik serta menjadi kebanggaan bagi kedua orang tua, keluarga, dan orang-orang yang selalu mendoakan.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Product Quality* dan *Brand Trust* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada produk Cimory Yogurt di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, yaitu konsumen Cimory Yogurt di Kabupaten Kebumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk minimal dua kali serta berusia minimal 17 tahun. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data menggunakan IBM SPSS yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, Uji t, uji F, dan uji mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, serta kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh *Product Quality* terhadap loyalitas konsumen dan juga mampu memediasi pengaruh *Brand Trust* terhadap loyalitas konsumen pada produk Cimory Yogurt di Kabupaten Kebumen.

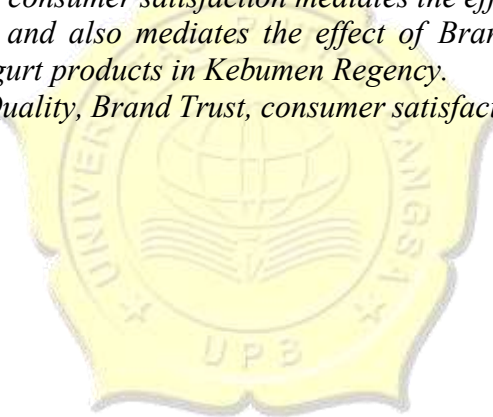
Kata kunci: *Product Quality*, *Brand Trust*, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Product Quality and Brand Trust on consumer loyalty with consumer satisfaction as a mediating variable in Cimory Yogurt products in Kebumen Regency. This research employed a quantitative approach using a survey method. The sampling technique used was purposive sampling with a total of 100 respondents, consisting of Cimory Yogurt consumers in Kebumen Regency who had purchased and consumed the product at least twice and were at least 17 years old. Data were collected through questionnaires using a Likert scale. Data were analyzed using IBM SPSS, including validity testing, reliability testing, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, t-test, F-test, and mediation analysis.

The results indicate that Product Quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, Brand Trust has a positive and significant effect on consumer satisfaction, Product Quality has a positive and significant effect on consumer loyalty, Brand Trust has a positive and significant effect on consumer loyalty, and consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty. Furthermore, consumer satisfaction mediates the effect of Product Quality on consumer loyalty and also mediates the effect of Brand Trust on consumer loyalty in Cimory Yogurt products in Kebumen Regency.

Keywords: Product Quality, Brand Trust, consumer satisfaction, consumer loyalty.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Product Quality* dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi pada Produk Cimory Yogurt di Kabupaten Kebumen"** dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Product Quality* dan *Brand Trust* terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada produk Cimory Yogurt di Kabupaten Kebumen.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa.
3. Mispiyanti, S.E., Ak., M.Ak., CA., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Bapak dan Ibu Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan wawasan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
6. Kedua orang tua tercinta beserta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, motivasi, dan pengorbanan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 30 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori	17
2.1.1. Loyalitas.....	17
2.1.2. Kepuasan Konsumen	21

2.1.3. <i>Product Quality</i>	26
2.1.4. <i>Brand Trust</i>	30
2.2. Penelitian Terdahulu.....	33
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	34
2.3.1. Hubungan <i>Product Quality</i> terhadap Loyalitas Konsumen	34
2.3.2. Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Konsumen	35
2.3.3. Hubungan <i>Product Quality</i> terhadap Kepuasan Konsumen	37
2.3.4. Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap Kepuasan Konsumen	38
2.3.5. Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas	40
2.3.6. Hubungan Kepuasan Konsumen mampu memediasi pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Loyalitas Konsumen	41
2.3.7. Hubungan Kepuasan Konsumen mampu memediasi pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Konsumen	43
2.4. Model Empiris	44
2.5. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	46
3.1.1. Objek Penelitian.....	46
3.1.2. Subjek Penelitian	46
3.2. Variabel Penelitian	47
3.3. Definisi Operasional Variabel	48
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	52
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.1. Jenis Data.....	53
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	54

3.6. Populasi dan Sampel.....	55
3.6.1. Populasi.....	55
3.6.7. Sampel	55
3.7. Teknik Analisis.....	57
3.7.1. Deskriptif Kualitatif.....	57
3.7.2. Analisis Statistik	57
3.7. Alat Analisis	58
3.7.1. Uji Instrumen	58
3.7.2. Analisis Linier Berganda	61
3.7.3. Uji Hipotesis	63
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	70
4.1. Gambaran Umum.....	70
4.2. Analisis Deskriptif.....	72
4.3. Analisis Statistik	74
4.4. Pembahasan	100
BAB V SIMPULAN	110
5.1. Simpulan.....	110
5.2. Keterbatasan	112
5.3. Implikasi.....	113
5.3.1 Implikasi Praktis	113
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	116
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Penjualan <i>Yoghurt</i> Bulan Mei 2026.....	4
Tabel I-2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Cimory Yogurt di Kabupaten Kebumen Tahun 2026	5
Tabel II-1 Tabel Penelitian Terdahulu	33
Tabel III-1 Distribusi Indikator Variabel Loyalitas Konsumen pada Kuisisioner...	49
Tabel III-2 Distribusi Indikator Variabel Kepuasan Konsumen pada Kuisisioner..	50
Tabel III-3 Distribusi Indikator Variabel <i>Product Quality</i> pada Kuisisioner.....	51
Tabel III-4 Distribusi Indikator Variabel <i>Brand Trust</i> pada Kuisisioner	51
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	73
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumsi	74
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas <i>Product Quality</i>	76
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Trust</i>	76
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	77
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Loyalitas konsumen.....	77
Tabel IV-9 Hasil Uji Reabilitas.....	78
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolienaritas Sub Struktural I	79
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolienaritas Sub Struktural I	80
Tabel IV-12 Hasil Uji Normalitas Sub Struktural I	83
Tabel IV-13 Hasil Uji Normalitas Sub Struktural II.....	84
Tabel IV-14 Hasil Uji Linearitas.....	85

Tabel IV-15 Hasil Uji Parsial (Uji t) Sub Struktural I	86
Tabel IV-16 Hasil Uji Parsial (Uji t) Sub Struktural II.....	87
Tabel IV-17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub Struktural I.....	89
Tabel IV-18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub Struktural II.....	90
Tabel IV-19 Hasil Sobel Test Substruktural I.....	91
Tabel IV-20 Hasil Sobel Test Substruktural II	91
Tabel IV-21 Hasil Uji Korelasi.....	92
Tabel IV-22 Hasil Analisis Koefisien Jalur Substruktural I	94
Tabel IV-23 Hasil Analisis Koefisien Jalur Substruktural II	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Top Brand Kategori <i>Yoghurt</i> di Indonesia Tahun 2025	3
Gambar III-1 Model Empiris	44
Gambar IV-1 Uji Heteroskedastisitas Sub Struktural I.....	81
Gambar IV-2 Uji Heteroskedastisitas Sub Struktural II	82
Gambar IV-1 Diagram Jalur.....	99



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioer Penelitian	121
Lampiran II Karakteristik Resonden.....	124
Lampiran III Uji Validitas.....	127
Lampiran IV Uji Validitas	132
Lampiran V Uji Reabilitas	134
Lampiran VI Uji Asmsi klasik	135
Lampiran VII Uji Hipotesis	139
Lampiran VIII Uji Korelasi.....	141
Lampiran IX Uji Sobel test	141
Lampiran X t tabel	142
Lampiran XI r Tabel.....	143
Lampiran XII Kartu Bimbingan Skripsi	144
Lampiran XIII Kartu Seminar.....	145

