

HALAMAN MOTTO

“Day by day, step by step.

Nyatanya hidup bukan perihal seberapa cepat (Pencapaianmu),
tetapi seberapa tepat (waktunya).”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, kekuatan dan kesabaran sehingga Tugas Akhir (Skripsi) ini dapat terselesaikan. Tugas Akhir (Skripsi) ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Muhlasi dan Ibu Isti Anah serta keluarga besar saya yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta dukungan tanpa henti, karenanya penulis dapat belajar dan termotivasi untuk menyelesaikan studi di Universitas Putra Bangsa.
2. Teman-teman terdekat yang saya sayangi Yuniarti, Anisah, Tuti Khunaefah, Selly Erlinda, Isma Pratiwi, Mba Eva Hiyaturrohman, Sandra Indrawati, Syahrul Alifian yang senantiasa memberikan dukungan saat menempuh Pendidikan di Universitas Putra Bangsa serta memberikan dukungan saat menyusun skripsi ini.
3. Dosen-dosen Universitas Putra Bangsa yang telah mengampu mata kuliah dari semester awal hingga akhir selama menempuh Pendidikan di Universitas Putra Bangsa serta dosen-dosen yang telah ikut serta melancarkan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Seluruh teman-teman yang menjadi partner belajar di dalam satu kelas maupun diluar kelas dan sebagai motivator dalam proses penulisan Tugas Akhir Skripsi ini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality* Dan *Food Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minuman Chatime Di Trio Mall Kebumen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan Teknik *non probability sampling* dengan jenis Teknik *Accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sikap responden diukur dengan skala *likert* 4 dan data diolah menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) *for windows* versi 25.0. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *service quality* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan *Brand Image*, *Service Quality* Dan *Food Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kata kunci: *Brand Image*, *Service Quality* Dan *Food Quality*, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to analyze and determine the effect of brand image, service quality and food quality on customer satisfaction in Chatime drinks at Trio Mall Kebumen. The sample in this study were 100 respondents using a non-probability sampling technique with a Accidental sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire. Respondents' attitudes were measured using a Likert scale of 4 and data were processed using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) tool for windows version 25.0. Data analysis using descriptive analysis, statistical analysis. The results of this study indicate that brand image has no positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has no positive and significant effect on customer satisfaction, food quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously Brand Image, Service Quality and Food Quality have a significant positive effect on Customer Satisfaction

Keywords: Brand Image, Service Quality and Food Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, kesehatan dan kesabaran dalam mengerjakan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH *BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MINUMAN CHATIME DI TRIO MALL KEBUMEN**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan dan mengaplikasikan ilmu yang didapat dibangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari, penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, dikarenakan masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bu Indah Rohyani,S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Segenap dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

3. Semua responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi data kuesioner yang sangat diperlukan dalam keberlangsungan penulisan skripsi.
4. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa menjadi penyemangat.
5. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dari awal sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen,
Penulis,

Siti Munawaroh
NIM: 195503939

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	9

1.4.	Tujuan Penelitian.....	13
1.5.	Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....		15
KAJIAN PUSTAKA.....		15
2.1.	Tinjauan Teori	15
2.1.1.	Kepuasan Pelanggan	15
2.1.2.	<i>Brand Image</i>	19
2.1.3.	<i>Service Quality</i>	24
2.1.4.	<i>Food Quality</i>	27
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	48
2.4.	Model Empiris	52
2.5.	Hipotesis	52
BAB III		54
METODE PENELITIAN.....		54
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	54
3.2.	Variabel Penelitian	54
3.3.	Definisi Operasional Variabel	55
3.3.1	Kepuasan Pelanggan (Y).....	55
3.3.2	<i>Brand Image</i> (X1)	56

3.3.3	<i>Service Quality (X2)</i>	57
3.3.4	<i>Food Quality (X3)</i>	58
3.3.5	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	59
3.4.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	62
3.4.1	Data	62
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.5.	Populasi dan Sampel	66
3.5.1	Populasi	66
3.5.2	Sampel.....	66
3.6.	Teknik Analisis Data	68
3.6.1	Analisis Deskriptif	68
3.6.2	Analisis Statistik	69
3.7.	Alat Analisis Data.....	69
3.7.1	Uji validitas dan reabilitas.....	69
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	73
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
3.7.4	Uji Hipotesis	78
BAB IV		83
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		83
4.1.	Analisis Deskriptif.....	83

4.2. Analisis Statistik.....	89
4.3. Pembahasan	102
BAB V.....	106
SIMPULAN	106
5.1. Simpulan.....	106
5.2. Keterbatasan	107
5.3. Implikasi.....	108
5.3.1 Implikasi Praktis	108
5.3.2 Implikasi Teoritis	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Top Brand Index Tahun 2020-2022	4
Tabel I- 2 Hasl Wawancara.....	5
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel III - 1 Indikator Kepuasan Pelanggan	48
Tabel III – 2 Indikator <i>Brand Image</i>	49
Tabel III – 3 Indikator <i>Service Quality</i>	50
Tabel III – 4 Indikator <i>Food Quality</i>	51
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	84
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	86
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	87
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	89
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	90
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	91
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	91
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas <i>Food Quality</i>	92
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	93
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolonieritas.....	94
Tabel IV- 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	97
Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	99
Tabel IV- 14 Hasil Uji Simultan	101
Tabel IV- 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	44
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	95
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Pengantar Kuesioner	105
Lampiran II. Data Responden	111
Lampiran III. Data Tabulasi Responden	115
Lampiran IV. Uji Validitas	122
Lampiran V. Uji Reabilitas	126
Lampiran VI. Uji Asumsi Klasik	127
Lampiran VII. Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis	128
Lampiran VIII. Tabel t	129
Lampiran IX. Tabel r.....	135
Lampiran X. Tabel f.....	138
Lampiran XI. Kartu Bimbingan / Kartu Konsultasi Skripsi	139
Lampiran XII. Kartu Tanda Peserta Seminar.....	140