

**DESAIN PRODUK, CITRA MERK, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN AMDK MERK SANFORD
(Studi Pada PT Sumber Izumi Mas Perkasa)**

**RAHMAH FITRIANA
NIM 190461201020**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

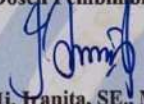
Nama : Rahmah Fitriana
Nim : 190461201020
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Desain Produk, Citra Merk, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan AMDK Merk Sanford (Studi Pada PT Sumber Izumi Mas Perkasa).


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan dan diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

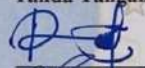
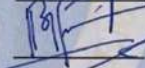
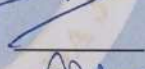


Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Hi. Iranita, SE., M.Si
NIP. 197008272021212003


Abdul Jalal, SE., M.Si
NIP. 198508222019031012

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Risdy Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si</u> NIP. 199012132018032001	Ketua Penguji		2/8-23
<u>Bunga Paramita, SE., M.Si</u> NIDN. 1021097801	Penguji I		4/8 23
<u>Roni Kurniawan, M.Si</u> NIP. 197710032021211001	Penguji II		7/8 2023
<u>Abdul Jalal, SE., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Penguji III		7/8 23
<u>Kiki Wulandari, SE., MM</u> NIP. 199201212019032018	Penguji IV		2/8 2023

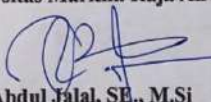
Tanggal Lulus: 20 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji


Dr. Hj. Asmaul Husna, SE., Ak., MM., CA
NIDN. 1001077101


Abdul Jalal, SE., M.Si
NIP. 198508222019031012

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahmah Fitriana

Nim : 190461201020

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim

Judul Skripsi : Desain Produk, Citra Merk, Promosi dan Kualitas Produk
Terhadap Loyalitas Pelanggan AMDK Merk Sanford (Studi
Pada PT Sumber Izumi Mas Perkasa)

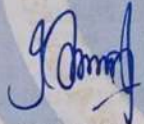
Disetujui untuk digunakan dalam (Seminar Proposal/Seminar Hasil/Sidang
Skripsi)

Tanjungpinang, 20 Juli 2023

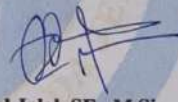
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II




H. Iranita, SE., M.Si
NIP. 197008272021212003



Abdul Jalal, SE., M.Si
NIP. 198508222019031012

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji**



Abdul Jalal, SE., M.Si
NIP. 198508222019031012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmah Fitriana
Nim : 190461201020
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Desain Produk, Citra Merk, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan AMDK Merk Sanford (Studi Pada PT Sumber Izumi Mas Perkasa).

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 7 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



Rahmah Fitriana
NIM. 19046120102

KATA PENGANTAR

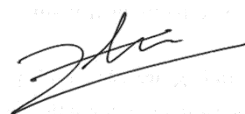
Puji dan syukur atas kehadiran Allah S.W.T yang selalu memberikan rahmat dan menganugraahkan hidayah-Nya, sehingga penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan judul “desain produk, citra merk, promosi dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan AMDK merk Sanford (Studi Pada PT Sumber Izumi Mas Perkasa)” dapat selesai. Tidak lupa shalawat dan salam selalu terhantarkan pada baginda Nabi Muhammad S.A.W yang menjadi rahmat bagi seluruh lini kehidupan. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana manajemen pada program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua Orang Tua Saya Ayahanda Muhammad Husyairi dan Ibunda Mery Nuryati Ningsih, Kakak Saya Fieka Shulda dan Adik Saya Ilham Mansyiz yang senantiasa memberikan do'a, motivasi dan dukungan baik moral maupun materil.
2. Universitas Maritim Raja Ali Haji yang dipimpin oleh Rektor Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA.
3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Raja Ali Haji yang dipimpin oleh Dekan Ibu Dr. Asmaul Husna, SE., Ak., MM., CA.
4. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Raja Ali Haji yang dijabat oleh Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si

5. Dosen Pembimbing I yaitu Ibu Iranita, SE., M.Si yang telah memberikan bimbingan dan dorongan semangat kepada penulis.
6. Dosen Pembimbing II yaitu Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis.
7. Terimakasih kepada Bapak Nova Pratama Satriya selaku HRD PT. Sumber Izumi Mas Perkasa yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
8. Terimakasih kepada Sahabat-sahabat Saya Retno Dwi Putri, Riska Febriati dan Istikhomah yang selalu membantu penulis saat menyusun skripsi.
9. Terimakasih kepada Ahmad Bima Mahendra S.M *for always showing you care, even when times get tough, i can count on you to be there in good times and bad times, i'm so glad that you're in my life.*

Semoga Allah S.W.T mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada seluruh pihak yang telah banyak memberikan dukungan, do'a dan hal hal bermanfaat lainnya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dan semoga bermanfaat bagi semua pihak yang membantu. Dengan keterbatasan pengetahuan, waktu dan kemampuan, penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini. Akhir kata penulis mengharapkan kritik dan saran demi keberlangsungan dan perkembangan keilmuan dimasa yang akan datang.

Tanjungpinang, 7 Agustus 2023



Rahmah Fitriana
190461201020

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I ★ PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Pembatasan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16

2.1.1	Loyalitas Pelanggan.....	16
2.1.1.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16
2.1.1.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.1.3	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	18
2.1.2	Desain Produk.....	19
2.1.2.1	Pengertian Desain Produk.....	19
2.1.2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Desain Produk.....	20
2.1.2.3	Indikator Desain Produk.....	21
2.1.3	Citra Merk.....	23
2.1.3.1	Pengertian Citra Merk.....	23
2.1.3.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merk.....	24
2.1.3.3	Indikator Citra Merk.....	25
2.1.4	Promosi.....	26
2.1.4.1	Pengertian Promosi.....	26
2.1.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....	27
2.1.4.3	Indikator Promosi.....	27
2.1.5	Kualitas Produk.....	28
2.1.5.1	Pengertian Kualitas Produk.....	28

2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	29
2.1.5.3 Indikator Kualitas Produk.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.4.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.4.2 Pengaruh Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.5 Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	42
3.1.1 Objek Penelitian.....	42
3.1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	43
3.3.1 Variabel Eksogen.....	43
3.3.2 Variabel Endogen.....	44

3.4 Metode Populasi Dan Sampel.....	48
3.4.1 Populasi Penelitian.....	48
3.4.2 Sampel Penelitian.....	49
3.4.3 Teknik Pegambilan Sampel.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1 Data Primer.....	51
3.5.1.1 Observasi.....	51
3.5.1.2 Kuesioner.....	52
3.5.2 Data Sekunder.....	53
3.6 Metode Analisis.....	53
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	55
3.6.2 Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>).....	55
3.6.2.1 PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	56
3.6.2.1.1 <i>Outer Model</i> (Evaluasi Model Pengkukuran).....	56
3.6.2.1.2 <i>Inner Model</i> (Evaluasi Model Struktural).....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil Perusahaan.....	51
4.1.2 Visi dan Misi PT. Sumber Izumi Mas Perkasa.....	59
4.1.3 Struktur Organisasi.....	60
4.2 Hasil Penelitian.....	61

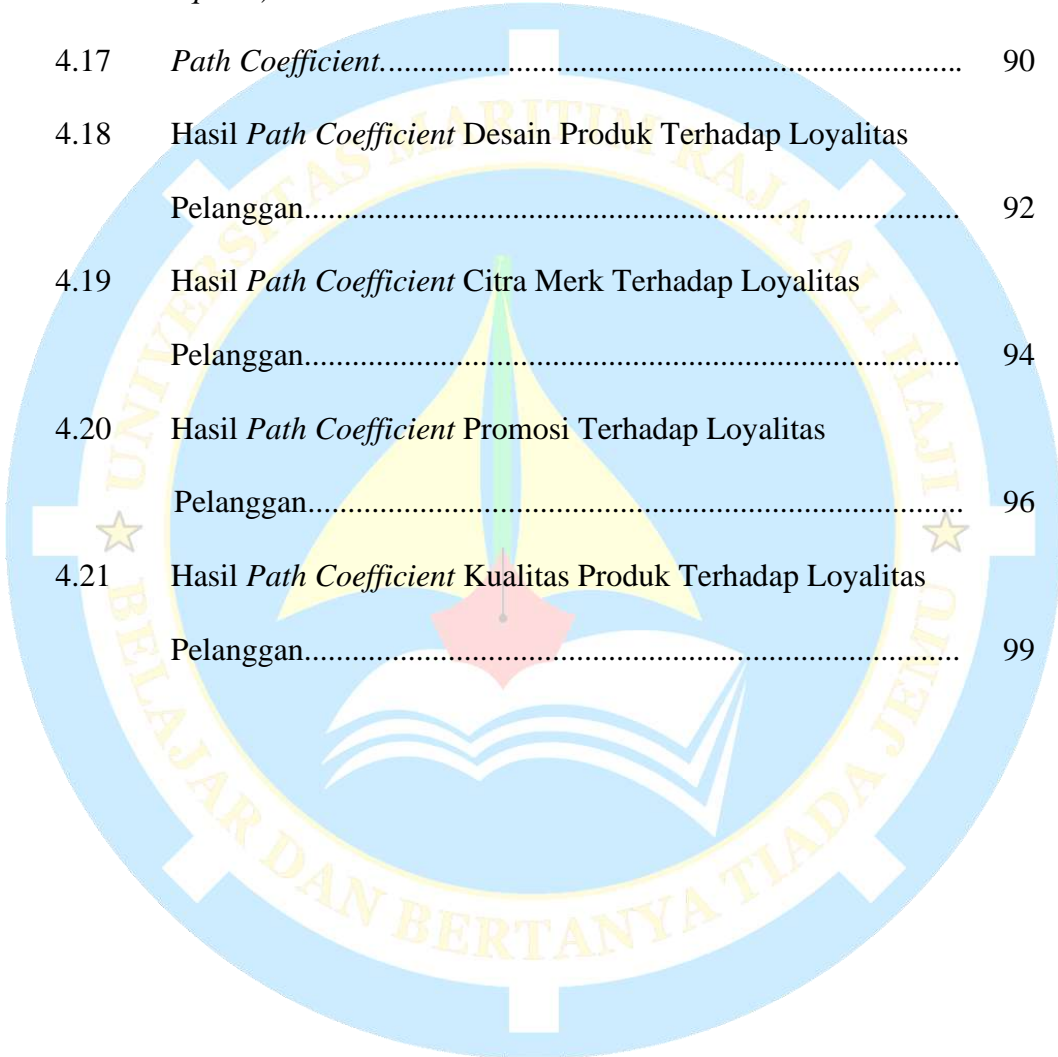
4.2.1 Distribusi Penelitian.....	61
4.2.2 Identitas Responden.....	61
4.2.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Generasi (Usia).....	63
4.2.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.2.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal.....	65
4.2.3 Deskripsi Tanggapan Responden.....	67
4.2.3.1 Variabel Desain Produk.....	67
4.2.3.2 Variabel Citra Merk.....	70
4.2.3.4 Variabel Promosi.....	71
4.2.3.5 Variabel Kualitas Produk.....	77
4.2.3.6 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	77
4.2.4 Hasil Nilai Indeks Jawaban Responden.....	79
4.2.5 Evaluasi Model.....	80
4.2.6 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	81
4.2.6.1 Validitas Konvergen.....	84
4.2.6.2 Validitas Diskriminan.....	85
4.2.6.3 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	86
4.2.6.4 Uji Reliabilitas.....	86
4.2.7 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	87

4.2.7.1 Uji <i>Coefficient Determination</i> atau <i>Goodness of Fit</i> (R^2).....	88
4.2.7.2 Uji Hipotesis.....	88
4.2.8 Pembahasan Hipotesis.....	92
4.2.8.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	92
4.2.8.2 Pengaruh Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	94
4.2.8.3 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	96
4.2.8.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan PT. Sumber Izumi Mas Perkasa AMDK Merk Sanford Per-Unit Tahun 2022.....	9
2.1	Penelitian Terdahulu.....	32
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.2	Jumlah Masyarakat Kota Tanjungpinang Tahun 2020.....	48
3.3	Skala <i>Likert</i>	52
3.4	Ringkasan Uji Validitas.....	56
3.5	Ringkasan Uji Reliabilitas.....	57
3.6	Ringkasan <i>Inner Model</i>	57
4.1	Distribusi Responden.....	61
4.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
4.3	Identitas Responden Berdasarkan Generasi (Usia).....	63
4.4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.5	Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	66
4.6	Tanggapan Responden Terhadap Desain Produk.....	67
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Citra Merk.....	70
4.8	Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	71
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	74
4.10	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
4.11	Hasil Nilai Indeks Jawaban Responden.....	79
4.12	<i>Loading Factor</i>	84

4.13	<i>Discriminate Validity (Cross Loading)</i>	85
4.14	<i>Discriminate Validity (AVE)</i>	86
4.15	Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	87
4.16	Hasil <i>Coefficient Determination</i> atau <i>Goodness of Fit (R-Square)</i>	88
4.17	<i>Path Coefficient</i>	90
4.18	Hasil <i>Path Coefficient</i> Desain Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	92
4.19	Hasil <i>Path Coefficient</i> Citra Merk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	94
4.20	Hasil <i>Path Coefficient</i> Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	96
4.21	Hasil <i>Path Coefficient</i> Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	99



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penjualan PT. Sumber Izumi Mas Perkasa AMDK Merk Sanford Per-Unit Tahun 2022.....	9
2.1	Kerangka Pemikiran.....	34
3.1	Paradigma Penelitian.....	54
4.1	Logo Produk Sanford PT. Sumber Izumi Mas Perkasa....	58
4.2	Struktur Organisasi PT. Sumber Izumi Mas Perkasa.....	60
4.3	Hasil <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin.....	62
4.4	Hasil <i>Pie Chart</i> Generasi (Usia).....	63
4.5	Hasil <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.6	Hasil <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal.....	66
4.7	Hasil <i>Output Calculate Algorithm</i> Sebelum Dihapus Indikator Yang Tidak Valid.....	82
4.8	Hasil <i>Output Calculate Algorithm</i> Setelah Dihapus Indikator Yang Tidak Valid.....	83
4.9	Hasil <i>Output Boostreaping</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Surat Pengantar Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 3	Hasil Indeks Jawaban Responden.....	115
Lampiran 4	<i>Output</i> Olah Data Penelitian.....	115
Lampiran 5	Hasil Nilai <i>Loading Factors</i>	118
Lampiran 6	<i>Boostraping</i> Uji Hipotesis.....	119
Lampiran 7	t tabel.....	120
Lampiran 8	Surat Izin Melakukan Penelitian.....	125
Lampiran 9	Dokumentasi bersama HRD PT. Sumber Izumi Mas Perkasa.....	126
Lampiran 10	Pengisian Kuesioner oleh Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merk Sanford Kota Tanjungpinang.....	129