



**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA TEH BOTOL SOSRO DI JAKARTA**

SKRIPSI

NAUFAL ARIQ AULIA 2010111161

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA TEH BOTOL SOSRO DI JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

NAUFAL ARIQ AULIA 2010111161

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Naufal Ariq Aulia

NIM. : 2010111161

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Naufal Ariq Aulia)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Naufal Ariq Aulia
NIM : 2010111161
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Analisis Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Pada Teh Botol Sosro di
Jakarta**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 19Desember 2023



(Naufal Ariq Aulia)

SKRIPSI

**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN PADA TEH BOTOL SOSRO DI JAKARTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

NAUFAL ARIQ AULIA 2010111161

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 19 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Yuliniar, S.E., M.M., CPM

Ketua Penguji



Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M., CLIP
Penguji I



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Desember 2023

Analysis of Consumer Loyalty Through Consumer Satisfaction on Teh Botol Sosro in Jakarta

By Naufal Ariq Aulia

Abstract

Teh Botol Sosro is a packaged tea brand that is a pioneer of packaged tea products in Indonesia. Teh Botol Sosro has dominated the market in Indonesia for a long time, but since 2018 there has been a decline in market share, as well as consumer satisfaction and loyalty based on the Top Brand Index. In fact, on the other hand, the packaged tea industry is developing positively until this year. So, this research aims to find out the influence of brand image and price on consumer loyalty through consumer satisfaction. This research used 100 samples of Teh Botol Sosro consumers using a purposive sampling method and analysis using SmartPLS 3.2.8. The results of this research found that brand image and price have a significant positive effect on consumer satisfaction with each coefficient values of 0.492 and 0.307. Brand image, price, and consumer satisfaction have a significant positive effect on consumer loyalty with each coefficient value being 0.277; 0.171; and 0.452. Then, brand image and price also have a significant positive effect on consumer loyalty through consumer satisfaction with each coefficient values of 0.222 and 0.139. The coefficient of determination (R-Square) value was also found to be 0.637, which means that consumer loyalty can be influenced by brand image, price, and consumer satisfaction by 63.7 percent and 36.3 percent by other variables outside this research.

Keywords: brand image, price, consumer satisfaction, consumer loyalty.

Analisis Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Teh Botol Sosro di Jakarta

Oleh Naufal Ariq Aulia

Abstrak

Teh Botol Sosro adalah merek teh kemasan yang menjadi pelopor produk teh kemasan di Indonesia. Teh Botol Sosro telah memimpin pasar di Indonesia sejak lama, tetapi sejak tahun 2018 terjadi penurunan dalam hal pangsa pasar, serta kepuasan dan loyalitas konsumen berdasarkan Top Brand Index. Padahal, di sisi lain industri teh kemasan sedang berkembang positif hingga tahun ini. Sehingga, tujuan penelitian ini adalah mencari tahu pengaruh citra merek dan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan 100 sampel konsumen Teh Botol Sosro dengan metode *purposive sampling* dan analisis menggunakan SmartPLS 3.2.8. Hasil penelitian ini menemukan bahwa citra merek dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan masing-masing nilai koefisiennya sebesar 0,492 dan 0,307. Citra merek, harga, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan masing-masing nilai koefisiennya sebesar 0,277; 0,171; dan 0,452. Lalu, citra merek dan harga juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dengan masing-masing nilai koefisiennya sebesar 0,222 dan 0,139. Nilai koefisien determinasi (*R-Square*) juga ditemukan sebesar 0,637 yang berarti loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh citra merek, harga, dan kepuasan konsumen sebesar 63,7 persen, sedangkan sebesar 36,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: citra merek, harga, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Selasa, 19 Desember 2023:

Nama : Naufal Ariq Aulia

No. Pokok Mahasiswa : 2010111161

Program Studi : Manajemen S.1

ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA TEH
BOTOL SOSRO DI JAKARTA

Dinyatakan **Lulus** / ~~Tidak Lulus~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, S.E., M.M., CPM	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M., CLIP	Anggota I	2.
3	Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si	Anggota II**)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 19 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, S.E., M.M

PRAKATA

Puji syukur dipanjatkan terhadap Allah Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Teh Botol Sosro di Jakarta**” dengan sebaik-baiknya.

Selama proses penulisan usulan penelitian ini, penulis mendapatkan berbagai dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’Ala atas seluruh Rahmat dan pertolongan-Nya.
2. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
3. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
4. Ibu Siti Hidayati, SE, MM, selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana UPN Veteran Jakarta.
5. Ibu Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa memberikan bimbingan, masukan, dukungan, dan arahan bagi penulis selama penulisan usulan penelitian ini.
6. Ibu Dra. Pusporini, MM. selaku dosen pembimbing akademik yang senantiasa mendukung dan memberikan arahan untuk kelancaran proses penulisan usulan penelitian ini.

Usulan penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca sekalian. Penulis pun berharap agar usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta, 19 Desember 2023

Naufal Ariq Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Loyalitas Konsumen	10
2.1.3 Kepuasan Konsumen	11

2.1.4 Citra Merek	13
2.1.5 Harga.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Model Penelitian.....	28
2.3.1 Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.3.2 Harga terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.3.3 Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	30
2.3.4 Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	30
2.3.5 Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	31
2.3.6 Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	31
2.3.7 Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen....	32
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	34
3.1.2 Pengukuran Variabel	35
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1 Jenis Data	37
3.3.2 Sumber Data	38
3.3.3 Pengumpulan Data	38
3.4 Teknik Analisis Data.....	39
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	40

3.4.2 Analisis Statistik Inferensial	40
3.4.3 Uji Validitas	43
3.4.4 Uji Reliabilitas	43
3.4.5 Uji Hipotesis	44
3.4.6 Uji <i>R-Square</i> (Koefisien Determinasi).....	46
3.4.7 Uji <i>Q-Square</i>	47
3.4.9 Uji Mediasi <i>Variance Accounted For</i> (VAF)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	48
4.2 Deskripsi data Penelitian	50
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	50
4.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	54
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis	59
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
4.3.3 Uji Hipotesis	66
4.4 Pembahasan	70
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	73
4.4.4 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen.....	75
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	77
4.4.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	79
4.4.7 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian	83
5.3 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
RIWAYAT HIDUP	90
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Top Brand Index</i> Teh Botol Sosro dan Teh Pucuk Harum.....	3
Tabel 2. Matriks Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 4. Skala Pengukuran Likert	39
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 6. Hasil <i>Outer Loading Factor</i> Sebelum Re-estimasi.....	54
Tabel 7. <i>Outer Loading Factor</i> Loyalitas Konsumen	56
Tabel 8. <i>Outer Loading Factor</i> Kepuasan Konsumen	56
Tabel 9. <i>Outer Loading Factor</i> Citra Merek	57
Tabel 10. <i>Outer Loading Factor</i> Harga.....	58
Tabel 11. Hasil <i>Outer Loading Factor</i> Re-estimasi	60
Tabel 12. Hasil AVE	61
Tabel 13. Hasil Fornell-Larcker Criterion.....	62
Tabel 14. Hasil <i>Cross Loading</i>	62
Tabel 15. Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	64
Tabel 16. Hasil <i>Composite Reliability</i>	64
Tabel 17. Hasil <i>R-Square</i>	65
Tabel 18. Hasil <i>Q-Square</i> (Blindfolding).....	66
Tabel 19. Hasil <i>Bootstrapping</i>	66
Tabel 20. Hasil Perhitungan VAF	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Penjualan Makanan dan Minuman Kemasan di Indonesia.	1
Gambar 2. Grafik Rata-rata Konsumsi Minuman Manis Kemasan di Indonesia	1
Gambar 3. Daftar Harga Produk Teh Kemasan di Indonesia	6
Gambar 4. Model Penelitian	29
Gambar 5. Langkah-langkah PLS	41
Gambar 6. <i>Inner Model</i> Penelitian	41
Gambar 7. <i>Outer Model</i> Penelitian	42
Gambar 8. Diagram Jalur PLS	42
Gambar 9. Perkembangan Botol Kemasan Teh Botol Sosro	48
Gambar 10. Berbagai Macam Kemasan Teh Botol Sosro.....	49
Gambar 11. Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 12. Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 13. Diagram Responden Berdasarkan Wilayah Beraktivitas	51
Gambar 14. Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 15. Intensitas Responden Mengonsumsi Teh Botol Sosro	53
Gambar 16. Scatter Plot Untuk Menyeleksi Responden.....	54
Gambar 17. Hasil <i>Outer Model</i> Sebelum Re-estimasi.....	55
Gambar 18. Hasil <i>Outer Model</i> Re-estimasi	59
Gambar 19. Hasil <i>Inner Model</i>	65
Gambar 20. Menu Profil Perusahaan Sinar Sosro.....	71
Gambar 21. Harga Teh Botol Sosro 350ml di Indomaret	73
Gambar 22. <i>Tagline</i> Teh Botol Sosro	75
Gambar 23. Perbandingan Harga Teh Botol Sosro	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	91
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner.....	98
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden	111
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif.....	113
Lampiran 5. Hasil <i>Output</i> SmartPLS 3.2.8	115
Lampiran 6. Tabel T	119
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner	120
Lampiran 8. Hasil Plagiarisme	122