



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO ROTI
BREADTALK DI KOTA SEMARANG**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

MARTHA ADELIA KURNIASARI

14020217130046

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Martha Adelia Kurniasari
NIM : 14020217130046
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan
melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen
Toko Roti Breadtalk di Kota Semarang**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 29 September 2021

Pembuat Pernyataan,



Martha Adelia Kurniasari

NIM 14020217130046

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Toko Roti BreadTalk di Kota Semarang

Nama Penyusun : Martha Adelia Kurniasari

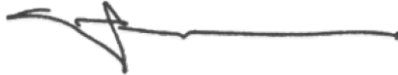
NIM : 14020217130046

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

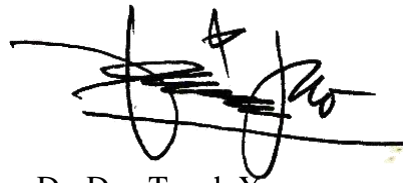
Semarang, 29 September 2021

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP
M.Pol.Admin
NIP.19640827 199001 1 001
003

Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Teguh Yuwono,
NIP. 19690822 199403 1


Dosen Pembimbing

1. Dr. Drs. Ngatno, MM


(.....)

Dosen Penguji

1. Drs. Handojo Djoko W, M.Si


(.....)

2. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, MS (.....)



3. Dr. Drs. Ngatno, MM


(.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri. Akuilah Dia dalam segala lakumu, maka Ia akan meluruskan jalanmu”

– Amsal 3:5-6

Puji Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena berkat dan rahmat-Nya yang berlimpah selalu menyertai saya hingga saat ini.
2. Papa Petrus Martono, Mama Diana Pancasari, Kakak Julyan Aditya Wijaya, dan Adik Kariisa Adara Putri yang selalu memberikan *support* dalam bentuk apapun dan kasih sayang yang tak terhingga kepada saya, terlebih dalam proses menulis skripsi ini. Terimakasih!
3. Keluarga besar Sudono dan Joyo Martono yang selalu memberikan dukungan hingga hiburan yang lucu dan bermanfaat di *whatsapp group* maupun secara langsung.
4. Priscilla Citra Primaweni selaku *my partner 24/7 from 12 years ago till now* yang selalu menjadi sahabat senasib seperjuangan dan selalu menjadi malaikat saya dikala saya susah ditanah rantau. Terimakasih banyak atas segalanya sis!
5. Prabowo Tri Laksono selaku orang yang selalu menemani suka duka saya dibangku perkuliahan selama 3.5 tahun terakhir hingga saat ini dan menjadi korban pelampiasan dikala saya sedang pusing. Terimakasih selalu ada!

6. Fathiyah Ashma Shabrina selaku orang yang mengisi kehidupan kos saya selama 1,5 tahun terakhir dan selalu saya repoti ketika saya takut tidur sendiri. Terimakasih sudah menjaga malamku dan mau direpoti hingga saat ini!
7. Fanny Maulita Sofianingsih selaku orang yang sangat berjasa dalam perjalanan skripsi saya karena selalu menyemangati saya ketika rasa malas mulai muncul dan membantu saya ketika sedang kesulitan. Terimakasih telah meluangkan waktumu di meeting online selama berjam-jam ya bestie!
8. Bella Stefania, Meicy Villia, Ferren Merliana dan Veronica Debby yang selalu hadir dalam hidupku sejak SMA dan masih perhatian denganku walaupun jarak memisahkan kita. Terimakasih telah sabar berteman denganku, semoga kita cepat bertemu ya!
9. Ayu, Maissy, Cila, Kemara, Adinda, Alin, Nisdi, Shania, Dhilah, Fani, Indina, Fika, Nofi, Helmi, Aaqila, Nisrina, Salma, Yuan, dan perempuan-perempuan hebat Adbis 17 lainnya yang telah mengisi kehebohan masa perkuliahan saya dan menampung kebawelan saya. Terimakasih telah memberikan warna!
10. BPH Laskar Aguna dan Mikat selaku teman kerja dari pagi hingga pagi yang telah kebersamai saya dalam mengasah soft skill dimasa perkuliahan. Terimakasih kawan!
11. Anggit, Gabriel, Nanta, Lintang, Sinung, Anggi, Kak Agnes dan teman-teman PRMK FISIP 16-17-18 lain yang telah menjadi teman berdoa, ke

gereja, hingga teman nongkrong selama masa perkuliahan. Terimakasih sudah merangkulku!

12. Keluarga HMJ Administrasi Bisnis sebagai wadah saya untuk mengasah softskill dimasa perkuliahan dan mencari relasi. Terimakasih banyak untuk kesempatannya!
13. PRMK FISIP yang telah mengisi kegiatan kerohanian saya selama perkuliahan, dan selalu menebar kasih kepada sesama. Terimakasih saudara!
14. Orange Choir yang menjadi wadah saya untuk menyalurkan bakat bernyanyi dan berprestasi bersama. Terimakasih!
15. Teman-teman Administrasi Bisnis 2017 yang telah mengisi hari-hariku di masa perkuliahan. Terimakasih untuk segalanya dan sampai jumpa dilain waktu!
16. Dan tak lupa untuk bapak/ibu paling berjasa dibangku perkuliahan, Pak Handoyo selaku Dosen Wali, Pak Ngatno dan Prof. Ari selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membimbing saya dalam proses penulisan skripsi, juga untuk seluruh Dosen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu dan membantu saya dalam proses perkuliahan. Terimakasih Bapak dan Ibu Dosen!

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS OELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO ROTI
BREADTALK DI KOTA SEMARANG**

ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis di Negara Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat pesat dan sangat ketat khususnya untuk perusahaan disektor *food and beverage* bidang *bakery*. Sebagai salah satu toko roti terkenal, BreadTalk di Kota Semarang akan selalu berusaha untuk memberikan kepuasan pada konsumen terhadap produk bakery nya agar terciptanya loyalitas konsumen. Unsur yang dapat meningkatkan loyalitas konsummen yaitu citra merek dan kualitas produk. Jumlah penjualan pada Toko Roti BreadTalk di Kota Semarang mengalami fluktuatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Konsumen Toko Roti BreadTalk di Kota Semarang. Tipe penelitian yang dipakai adalah *explanatory research*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden konsumen Toko Roti BreadTalk di Kota Semarang. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling dan incidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *online Google Form* dan wawancara. Penelitian ini menggunakan analisis uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, uji t, uji f, uji mediasi, dan uji sobel dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu agar perusahaan dapat lebih memperhatikan quality control pada setiap produknya, meningkatkan kualitas produk terutama dalam segi rasa dan tekstur, juga diharapkan lebih gencar dalam hal pemasaran.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelanggan

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY TO
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS
VARIABLE INTERVENING TO BREADTALK BAKERY CONSUMERS IN
SEMARANG CITY***

Abstract

The development of business in Indonesia every year has increased very rapidly and it's very tight, especially for companies in the food and beverage sector in the bakery sector. As one of the well-known bakeries, BreadTalk in the city of Semarang will always strive to provide customer satisfaction through bakery products in order to create consumer loyalty. Elements that can increase consumer loyalty are brand image and product quality. The number of sales at BreadTalk Bakery in Semarang City has fluctuated. This study aims to determine the effect of brand image and product quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on BreadTalk Bakery Consumers in Semarang City. The type of this research is explanatory research with non-probability sampling method with purposive sampling and incidental sampling techniques. It used interviewers and google form online questionnaires as a data collection technique to 100 respondents, whoever consume BreadTalk Bakery in Semarang. This study uses analysis of validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple regression, multiple regression, t test, f test, mediation test, and Sobel test with the SPSS version 26.0 application program.

The results of this research indicate that there is an influence of brand image on customer satisfaction, there is an influence of product quality on customer satisfaction, there is an influence of brand image and product quality on customer satisfaction, there is an influence of brand image on customer loyalty, there is an influence of product quality on customer loyalty, there is an influence customer satisfaction on customer loyalty, there is an effect of brand image on customer loyalty through customer satisfaction, there is an effect of product quality on customer loyalty through customer satisfaction.

The advice that can be given to the company is that the company can pay more attention to quality control on each product, improve product quality, especially in terms of taste and texture, and is also expected to be more aggressive in terms of marketing.

Keywords: Brand Image, Quality Product, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Toko Roti BreadTalk di Kota Semarang” sebagai syarat untuk memenuhi Pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai jika tidak ada bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hadi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial an Ilmu Politik Universitas Diponegoro
2. Drs. Widiartanto, MAB selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis
4. Drs. Handojo Djoko W, M.Si selaku Dosen Wali
5. Dr. Drs. Ngatno, MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, MS selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan

8. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah penulis berikan
9. Berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu selama penyusunan skripsi dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis juga menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 29 September 2021

Penulis



Martha Adelia Kurniasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	vii
<i>Abstract</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Kerangka Teori	11
1.5.1 Grand Theory Perilaku Konsumen	11
1.5.2 Citra Merek.....	13
1.5.3 Kualitas Produk.....	14
1.5.4 Loyalitas Pelanggan.....	16
1.5.5 Kepuasan Pelanggan	18
1.5.6 Pengaruh Antar Variabel	18
1.5.7 Penelitian Terdahulu	23
1.6 Hipotesis	27
1.7 Definisi Konsep.....	28
1.8 Definisi Operasional.....	30
1.9 Metode Penelitian.....	32
1.9.1 Tipe Penelitian	32

1.9.2 Populasi dan Sampel	33
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampling	34
1.9.4 Sumber Data.....	35
1.9.5 Skala Pengukuran.....	35
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data	37
1.9.7 Pengolahan Data	38
1.9.8 Teknik Analisa Data	39
BAB II : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN OUTLET BREADTALK DI KOTA SEMARANG	51
2.1 Sejarah Berdirinya BreadTalk	51
2.2 Visi dan Misi BreadTalk.....	53
2.3 Logo BreadTalk Semarang	53
2.5 Struktur Organisasi BreadTalk di Kota Semarang.....	54
2.6 Identitas Responden	57
2.6.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
2.6.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	58
2.6.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
2.6.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
2.6.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
2.6.6 Identitas Responden Berdasarkan Tempat Pembelian.....	62
2.6.7 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk BreadTalk di Kota Semarang.....	63
BAB III : PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN TOKO ROTI BREATALK DI KOTA SEMARANG	64
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.1.1 Uji Validitas.....	65
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	69
3.2 Analisis Deskripsi Variabel	71
3.2.1 Persepsi Responden Mengenai Citra Merek.....	71
3.2.2 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Produk	80

3.2.3 Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	88
3.2.4 Persepsi Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	97
3.3 Uji Hipotesis.....	106
3.3.1 Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.	106
3.3.2 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	112
3.3.3 Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	118
3.3.4 Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	124
3.3.5 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	130
3.3.6 Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan	136
3.3.7 Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	143
3.4 Pembahasan	158
BAB IV : PENUTUP.....	163
4.1 Kesimpulan	163
4.2 Saran.....	165
LAMPIRAN.....	172

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen Engel, Blackwell, dan Kollat.....	12
Gambar 1. 2 Kerangka Berfikir	27
Gambar 1. 3 Kurva Uji F	45
Gambar 1. 4 Kurva Hasil Uji t	47
Gambar 1. 5 Model Regresi tanpa Variabel Mediasi	47
Gambar 1. 6 Model Regresi melalui Variabel Mediasi	48
Gambar 2. 1 Logo BreadTalk Java Mall Semarang.....	53
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi BreadTalk Java Mall Semarang.....	54
Gambar 3. 1 Kurva Uji t Citra Merek (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	112
Gambar 3. 2	118
Gambar 3. 3 Kurva Uji F Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk(X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	124
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	130
Gambar 3. 5 Kurva Uji t Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	136
Gambar 3. 6 Kurva Uji t Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	142
Gambar 3. 7 Kerangka Uji Sobel	149
Gambar 3. 8 Kerangka Uji Sobel	156

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Makanan (Roti) Fixed 2017-2020.....	2
Tabel 1. 2 Data terkait Penjualan BreadTalk Java Mall S dan BreadTalk Paragon Mall Semarang.....	3
Tabel 1. 3 Keluhan Konsumen BreadTalk Java Mall dan BreadTalk Paragon Mall Semarang	6
Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 1. 5 Kriteria Koefisien Korelasi	41
Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan	61
Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Tempat Pembelian	62
Tabel 2. 7 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk BreadTalk di Kota Semarang	63
Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	66
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	67
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	68
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	69
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel	70
Tabel 3. 6 Tanggapan Responden Terhadap Citra Baik yang Dimiliki oleh Toko Roti BreadTalk di Kota Semarang.....	72
Tabel 3. 7 Tanggapan Responden Terhadap Logo Toko Roti BreadTalk yang Mudah Diingat/Dikenal	73
Tabel 3. 8 Tanggapan Responden Terhadap Manfaat yang Diberikan oleh Toko Roti BreadTalk Setelah Membeli Produknya Sesuai dengan Kebutuhan Responden.....	74
Tabel 3. 9 Tanggapan Responden Terhadap Tempat yang Tepat untuk Responden Membeli Produk Bakery yaitu Di Toko Roti BreadTalk.....	76
Tabel 3. 10 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Citra Merek	77
Tabel 3. 11 Kategorisasi Variabel Citra Merek	79
Tabel 3. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk Roti BreadTalk di Kota Semarang yang Banyak dan Cukup Beragam	80
Tabel 3. 13 Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Rasa Produk dari Toko Roti BreadTalk di Kota Semarang yang Bervariasi.....	82
Tabel 3. 14.....	83

Tabel 3. 15 Tanggapan Responden Terhadap Jarang Ditemukannya Kerusakan Pada Produk yang Dijual oleh Toko Roti BreadTalk	84
Tabel 3. 16 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Kualitas Produk ...	85
Tabel 3. 17 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	87
Tabel 3. 18 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Senang Setelah Mengonsumsi Produk dari Toko Roti BreadTalk	88
Tabel 3. 19 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Puas dengan Kualitas Produk Toko Roti Breadtalk Yang Sesuai dengan Harapan Pelanggan.....	89
Tabel 3. 20 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Puas dengan Rasa Pada Produk Toko Roti BreadTalk yang Sesuai dengan Harapan Pelanggan	91
Tabel 3. 21 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Puas dengan Semua Produk yang Diproduksi oleh Toko Roti BreadTalk karena Dapat Memenuhi Kebutuhan yan Diharapkan oleh Konsumen.....	92
Tabel 3. 22 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan.....	93
Tabel 3. 23 Kategorisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	96
Tabel 3. 24 Tanggapan Responden Terhadap Kedepannya Akan Merekomendasikan kepada Orang-orang Disekitar untuk Membeli Produk Pada Toko Roti BreadTalk	98
Tabel 3. 25 Tanggapan Responden Terhadap Kedepannya, Saya akan Membeli Produk Pada Toko Roti BreadTalk Kembali.....	99
Tabel 3. 26 Tanggapan Responden Terhadap akan Membeli Produk Lain Pada Toko Roti BreadTalk yang Belum Pernah Saya Beli Sebelumnya.....	100
Tabel 3. 27 Tanggapan Responden Terhadap Tetap Mengutamakan Toko Roti BreadTalk Sebagai Pilihan Produk Bakery Utama Dibandingkan Toko Roti Lainnya	101
Tabel 3. 28 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan.....	103
Tabel 3. 29 Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	105
Tabel 3. 30.....	108
Tabel 3. 31 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	109
Tabel 3. 32 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	110
Tabel 3. 33 Hasil Korelasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	114
Tabel 3. 34 Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan”	115

Tabel 3. 35 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	116
Tabel 3. 36 Hasil Uji Korelasi Linear Berganda Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	119
Tabel 3. 37 Hasil Regresi Linear Berganda Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	120
Tabel 3. 38 Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	121
Tabel 3. 39 Hasil Uji F Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	123
Tabel 3. 40 Hasil Korelasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	126
Tabel 3. 41 Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	127
Tabel 3. 42 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	128
Tabel 3. 43 Hasil Korelasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	132
Tabel 3. 44 Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	133
Tabel 3. 45 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	134
Tabel 3. 46 Hasil Korelasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	138
Tabel 3. 47 Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	139
Tabel 3. 48 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	141
Tabel 3. 49 Hasil Regresi Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan	143
Tabel 3. 50 Hasil Regresi Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	144
Tabel 3. 51 Hasil Regresi Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan.....	145
Tabel 3. 52 Hasil Regresi Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	146
Tabel 3. 53 Hasil Regresi dan Koefisien (Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Konsumen).....	147
Tabel 3. 54 Hasil Regresi Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	148
Tabel 3. 55 Hasil Uji Sobel Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	150

Tabel 3. 56 Hasil Regresi Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan ...	151
Tabel 3. 57 Hasil Regresi Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	151
Tabel 3. 58 Hasil Regresi Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan.....	152
Tabel 3. 59 Hasil Regresi Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	153
Tabel 3. 60 Hasil Regresi dan Koefisien (Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan)	154
Tabel 3. 61 Hasil Regresi Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	156
Tabel 3. 62 Hasil Uji Sobel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	157