

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, *PACKAGING* DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SPOOLOF DI JAWA TIMUR**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi persyaratan salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen**



**Oleh : LALA RIZKY HARI SHAFIRA  
2010411146**

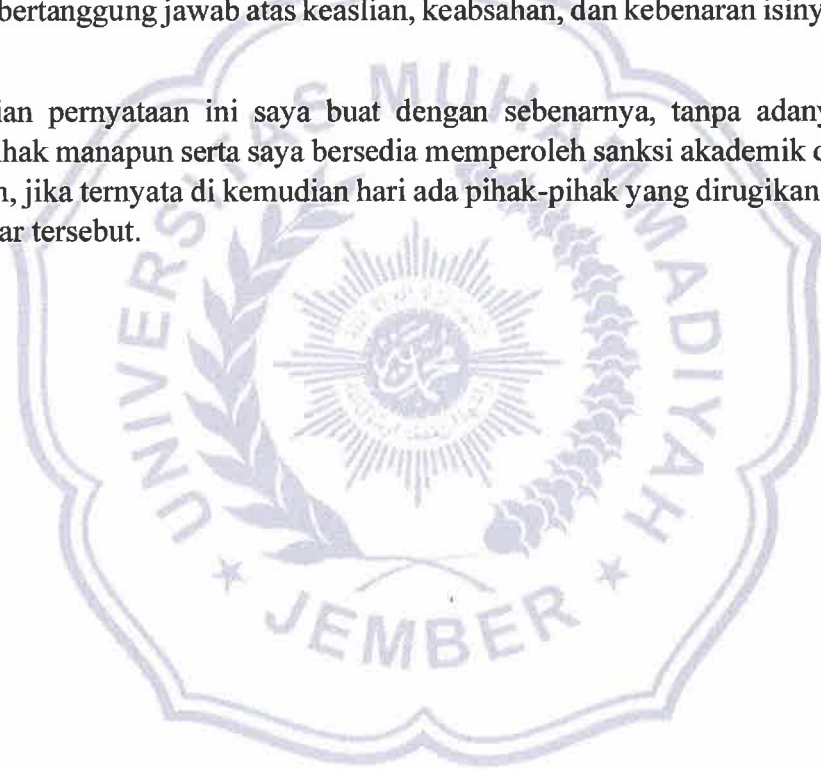
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2024**

## PERNYATAAN

Nama : Lala Rizky Hari Shafira  
Nim : 2010411146  
Prodi : MANAJEMEN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, *PACKAGING*, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SPOLOOF DI JAWA TIMUR; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipann substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.



Jember, 30 Juli 2024



Lala Rizky Hari Shafira  
NIM. 2010411146

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, *PACKAGING* DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SPOOL OF DI JAWA TIMUR**

**Oleh : LALA RIZKY HARI SHAFIRA**

**NIM 20.1041.1146**



**Pembimbing :**

**Dosen Pendamping Utama**

**: Jekti Rahayu SE., M.Si**

**Dosen Pembimbing Pendamping**

**: Yohanes Gunawan W. SE., MM**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul ; Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, *Packaging*, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Spoolof di Jawa Timur, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 30 Juli 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM

NPK : 1990032111703804

Anggota 1

Jekti Rahayu .SE., M.Si

NPK : 197207111103793

Anggota 2

Yohanes Ganawan Wibowo, SE., MM

NPK : 1984060411703794

Mengesahkan :

Dekan

Maheni Ika Sari, SE., MM

NIP : 197711082005012001

Ketua Program Jurusan

Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM

NPK : 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin, Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, *Packaging*, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Spoloo di Jawa Timur. Penulis bersyukur dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Jember dengan lancar dan tepat waktu. Dengan penuh kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
2. Terima kasih untuk Lala Rizky Hari Shafira, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karna terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.
3. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Hariyanto. St dan pintu surgaku Suryatin S.Pd. Terimakasih atas segala pengorbanan tulus kasih yang diberikan, dukungan baik moral maupun materi, serta do'a yang tak henti dan pengorbanan yang tak terhingga. Putrimu ini tak akan bisa membalas seluruh keringat dan pengorbanan yang Ibu dan Ayah berikan, hanya ini yang mampu putrimu persembahkan.
4. Kakak saya tercinta Hilda Hari Hidayah S.Pd dan Kadek Suwito yang telah memberikan dukungan dan do'a dalam penulisan laporan skripsi.
5. Mama dan Uti yang selalu memberikan semangat kepada penulis sebagai ponakan dan juga cucu, serta do'a yang selalu dipanjatkan selama ini, serta dukungan yang luar biasa dari keluarga saya.
6. Bapak Yohannes Gunawan Wibowo, SE., MM dan Ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si selaku Dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan dalam proses tugas akhir dengan penuh kesabaran, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
7. Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM selaku Dosen Penguji yang banyak memberikan saran sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Achmad Rizal Fauzi, Strp. terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah serta memberikan semangat untuk pantang menyerah, dan mensupport selalu kegiatan penulis untuk berkembang kedepannya.
9. Untuk sahabat dan teman kuliah saya Desta Intan, Alifia Sekar, Risa, Arila Molektuzzahro, Qotrun Nada, Puspita Sari yang sudah menemani dan memberi dukungan untuk penulis selama Perkuliahan dan Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2020 yang memberikan semangat dan dukungan.
10. Seluruh Staf Pengajar/Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmu dan pengetahuan serta nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis.
11. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember

## MOTTO

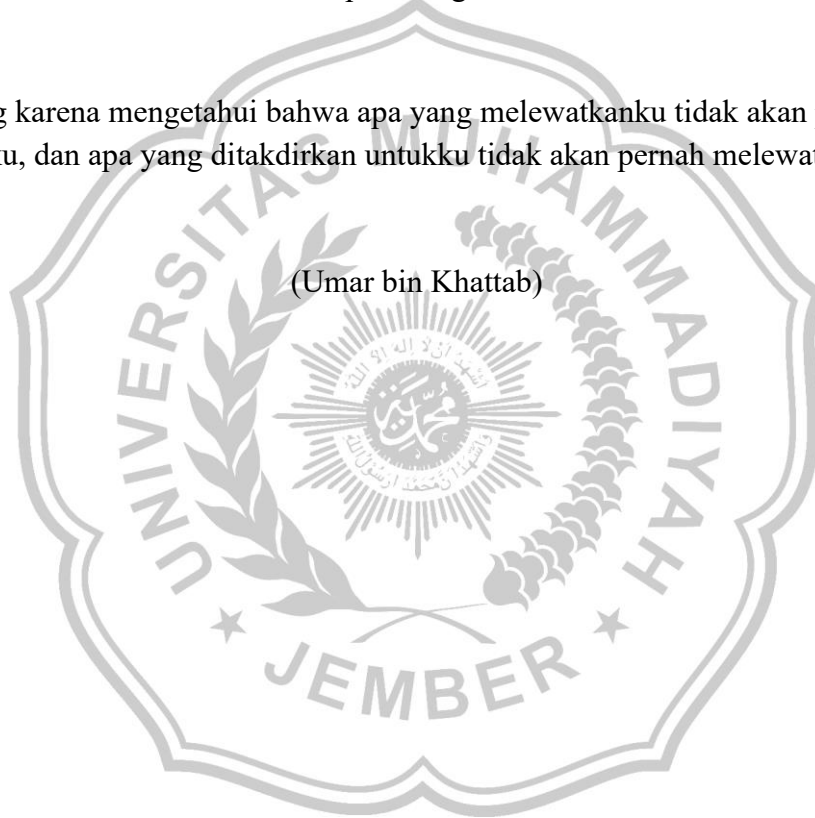
“tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam-pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya”

(Q.S Yasin: 40)

“orang lain gak akan bisa paham *struggle* dan masa sulit kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri-sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap semangat !!”

“hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu.”

(Umar bin Khattab)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi memuat bab 1 sampai dengan bab 5. Bab 1 berisi pendahuluan, bab 2 berisi kajian Pustaka dan hipotesis Tindakan, bab 3 berisi metode penelitian, bab 4 berisi hasil dan pembahasan penelitian, bab 5 berisi penutup. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM. selaku ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember
4. Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM selaku dosen penguji yang telah memberikan koreksi dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, terima kasih atas segala ilmu yang telah Bapak, Ibu dosen berikan.
7. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember, terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan.
8. Semua pihak yang telah menjadi bagian penting dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih atas segala bantuannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan dalam mencapai kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini tidak hanya menjadi prasyarat Strata (S1) semata akan tetapi penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang membutuhkan dan bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

Jember, 30 Juli 2024

**Lala Rizky Hari Shafira**

## DAFTAR ISI

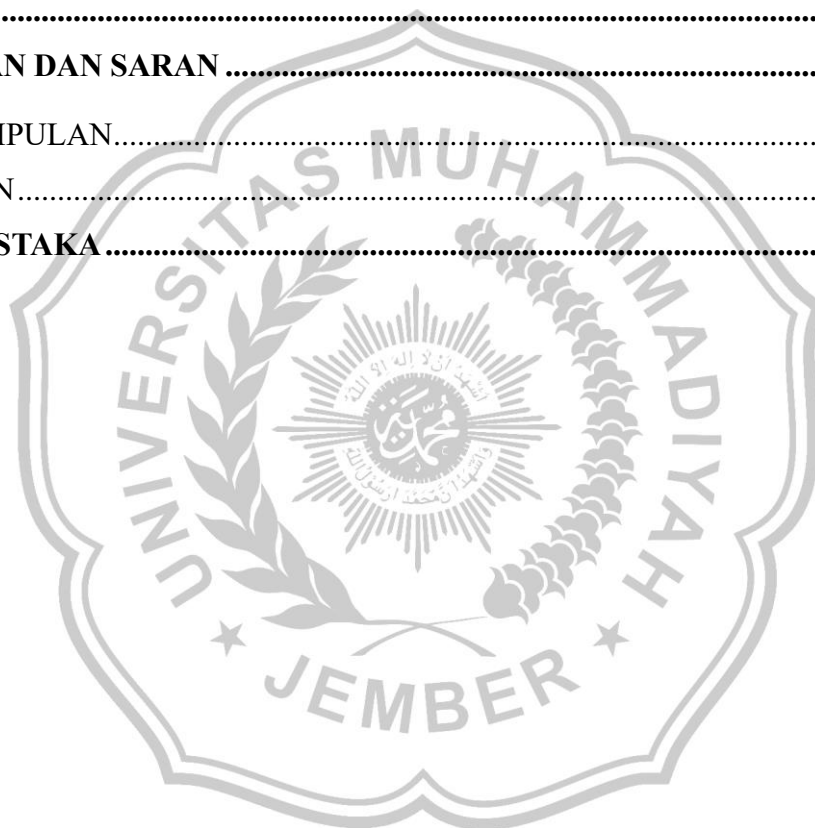
	<b>Halaman</b>
<b>SAMPUL HALAMAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<i>ABSTRAK</i> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	5
1.3 Tujuan penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.2 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.3 Kualitas Produk .....	7
2.1.4 Pengertian Kualitas Produk .....	7
2.1.5 Dimensi Kualitas Produk .....	8
2.1.6 Indikator Kualitas Produk .....	9
2.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	10
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	10
2.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	10



2.2.3	Komponen <i>Brand Image</i> .....	11
2.2.4	Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i> .....	12
2.2.5	Indikator <i>Brand image</i> .....	12
2.2.6	Pengukuran <i>Brand image</i> .....	13
2.3	Packaging.....	14
2.3.1	Pengertian <i>Packaging</i> .....	14
2.3.2	Tujuan <i>Packaging</i> .....	14
2.4	Promosi.....	15
2.4.1	Pengertian promosi .....	15
2.4.2	Tujuan promosi .....	15
2.4.3	Indikator Promosi .....	16
2.4.4	Dimensi Bauran Promosi.....	16
2.5	Kepuasan Konsumen .....	17
2.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen .....	17
2.5.2	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	18
2.5.3	Indikator Kepuasan Konsumen.....	18
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	19
2.7	Kerangka Konseptual.....	21
2.8	Hipotesis .....	22
2.8.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	22
2.8.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	22
2.8.3	Pengaruh <i>Packaging</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	22
2.8.4	Pengaruh Promosi Terhadap kepuasan Konsumen.....	23
<b>BAB III</b>	.....	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>24</b>
3.1	Identifikasi Variabel.....	24
3.1.1	Variabel Bebas (X).....	24
3.1.2	Variabel Terikat (Y) .....	24
3.1.3	Definisi Oprasional Variabel.....	24
3.2	Desain Penelitian .....	26
3.3	Jenis Dan sumber Data .....	26
3.3.1	Data Primer.....	26
3.3.2	Data Sekunder.....	26

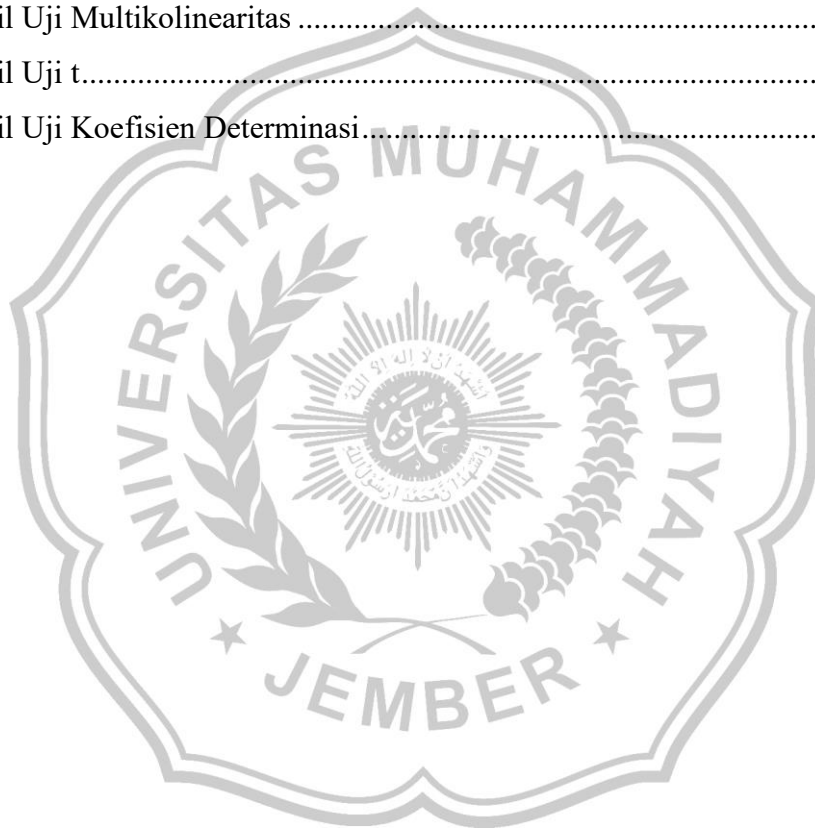
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.4.1	Populasi .....	27
3.4.2	Sampel .....	27
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.5	Pengukuran Instrumen Penelitian .....	28
3.6	Teknik Pengumpulan Sampel .....	28
3.7	Teknik Analisis Data .....	29
3.7.1	Statistik Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2	Uji Instrument Data .....	29
3.7.3	Uji Validitas .....	29
3.7.4	Uji Reliabilitas .....	30
3.7.5	Analisis Regresi Linier berganda.....	30
3.7.6	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.7.7	Uji Normalitas (Normality) .....	31
3.7.8	Uji multikolinieritas.....	31
3.7.9	Uji Heteroskedastisitas .....	31
3.7.10	Uji hipotesis.....	32
3.7.11	Uji secara parsial (Uji T) .....	32
3.7.12	Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	32
<b>BAB IV</b>	.....	<b>33</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>33</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	33
4.1.2	Struktur Organisasi .....	34
4.1.3	Visi dan Misi Spoloof.....	35
4.2	Analisa Data.....	35
4.2.1	Hasil Statistik Deskriptif Responden.....	35
4.3	Hasil Uji Instrumen Data .....	36
4.3.1	Hasil Uji Validasi Data .....	36
4.3.2	Hasil Uji Realibilitas Data .....	37
4.4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	39
4.5.1	Hasil Uji Normalitas.....	39

4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	40
4.5.3 Uji Heterokedastisitas .....	41
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	42
4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	43
4.8 Pembahasan .....	44
4.8.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	44
4.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	44
4.8.3 Pengaruh <i>Packaging</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	45
4.8.4 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	45
<b>BAB V .....</b>	<b>47</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 KESIMPULAN.....	47
5.2 SARAN.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 PDB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Berlaku 2010 – 2019.....	1
Table 4. 1 Responden Menurut Usia .....	35
Table 4. 2 Responden Menurut Alamat .....	36
Table 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	37
Table 4. 4 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	38
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji t.....	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	43



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4. 1 logo dan Instagram Spoloof.....	33
Gambar 4. 2 Alamat Perusahaan Spoloof.....	35
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas .....	40
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	41



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	57
Lampiran 2. Hasil Kuisisioner .....	61
Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen Data .....	76
Lampiran 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	78
Lampiran. 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis .....	79
Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79
Lampiran 8. Dokumen.....	80

