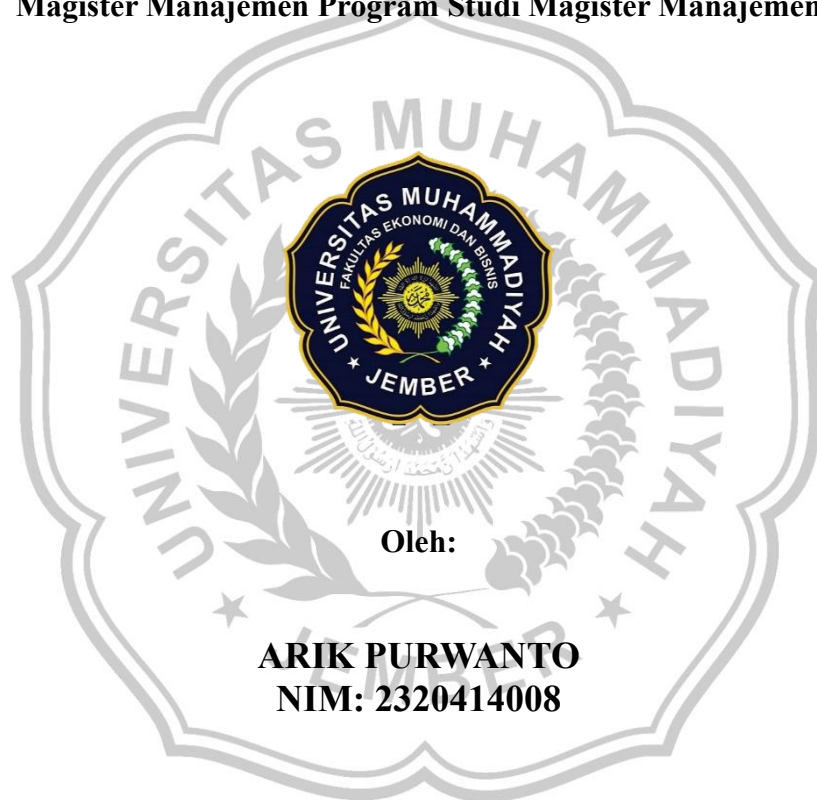


**PENGARUH *ENDORSER*, KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Produk Kopi Kahyangan di Kabupaten Jember)**

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna Memperoleh Gelar sarjana
Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen**



Oleh:

**ARIK PURWANTO
NIM: 2320414008**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arik Purwanto

NIM : 2320414008

Prodi : Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul: Pengaruh *Endorser*, Kualitas produk, *Word of mouth* Terhadap Kepuasan konsumen Melalui *Brand attitude* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Kopi Kahyangan di Kabupaten Jember) adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi 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 dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 21 April 2025

Yang menyatakan,

Matrai 10.000

Arik Purwanto

2320414008

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

TESIS

PENGARUH *ENDORSER*, KUALITAS PRODUK, *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI *BRAND ATTITUDE*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Produk Kopi Kahyangan di Kabupaten Jember)

Oleh :

Arik Purwanto

2320414008

Pembimbing:

Pembimbing Utama



Dr. Haris Hermawan, SE., MM
NPK. 196810101503640

Pembimbing Pendamping



Dr. Abadi Sanosra, SE, MM
NPK. 1978071810509478

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis berjudul : Pengaruh *Endorser*, Kualitas produk, *Word of mouth* Terhadap Kepuasan konsumen Melalui *Brand attitude* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Kopi Kahyangan di Kabupaten Jember) telah diuji dan disahkan oleh Prodi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 21 April 2025

Tempat: Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,
Ketua,

Dr. Dwi Cahyono, M.Si
NPK. 197011201990278

Anggota 1

Anggota 2

Dr. Haris Hermawan, SE., MM
NPK. 196810101503640

Dr. Abadi Sanosra, SE, MM
NPK. 1978071810509478

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi

Maheni Ika Sari, S.E., M.M
NIP.197708112005012001

Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.AKun
NPK. 1973100911139340

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadirat Allah SWT terucap atas segala karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **Pengaruh *Endorser*, Kualitas produk, *Word of mouth* Terhadap Kepuasan konsumen Melalui *Brand attitude* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Kopi Kahyangan di Kabupaten Jember)**

Tesis ini berisi penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *brand attitude* untuk meningkatkan kepuasan konsumen Kopi Kahyangan di Kabupaten Jember. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga memerlukan beberapa perbaikan berupa kritik dan saran. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan tesis ini.

Penelitian ini dapat diselesaikan dengan bantuan dari berbagai pihak yang berada di sekitar penulis, oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih sedalam–dalamnya kepada:

1. Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan S2.
2. Maheni Ika Sari, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.AKun., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Haris Hermawan, SE., MM sebagai dosen pembimbing utama yang banyak memberikan saran, masukan dan bimbingan yang luar biasa atas kesempurnaan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Dr. Abadi Sanosra, SE, MM sebagai dosen pembimbing pendamping yang terus memberikan dukungan untuk menyelesaikan tesis ini.
6. Dr. Dwi Cahyono, M.Si Selaku ketua penguji dalam penyusunan tesis ini yang banyak memberikan masukan demi kesempurnaan tesis ini.

7. Seluruh staf pengajar Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberikan transfer ilmu pengetahuan kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan.
8. Segenap staf administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak membantu memberikan informasi dan penyiapan sarana pada kesempatan ujian tesis ini.
9. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, khususnya angkatan 2023 Genap yang selama ini telah banyak memberikan dorongan, kepuasan, kesempatan berdiskusi, bertukar pikiran, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
10. Seluruh pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu penyelesaian tesis ini.

Sebagai manusia penulis menyadari bahwa masih banyak hal-hal yang belum sempurna dalam pengerjaan tesis ini. Oleh sebab itu kritik yang bersifat korektif dan komunikatif penulis harapkan.

Jember, 21 April 2025

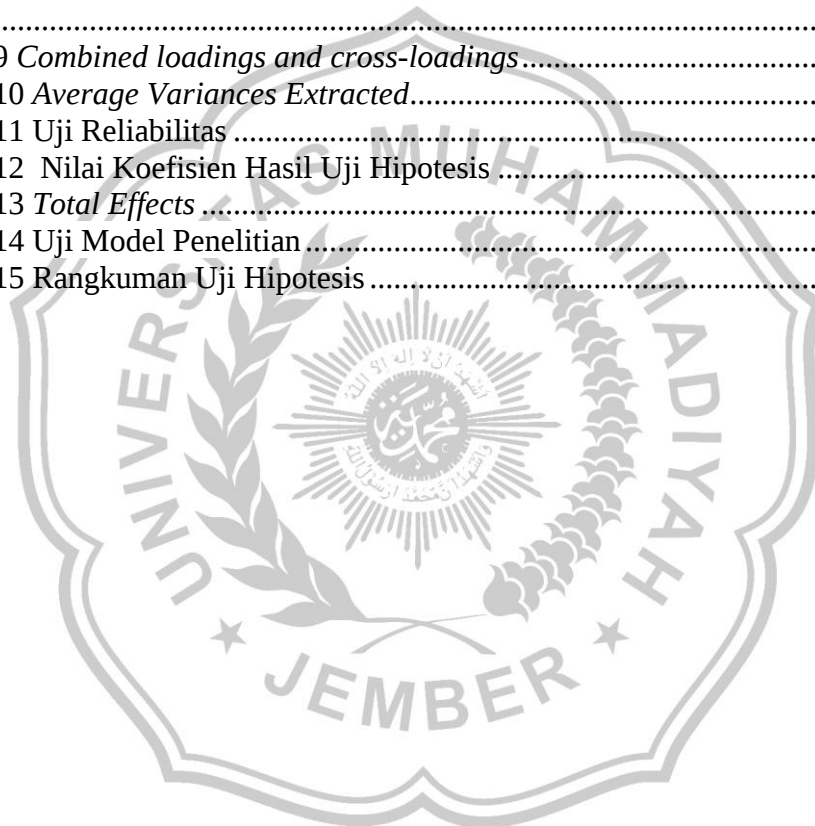
Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat bagi Perusahaan/Objek Penelitian	11
1.4.2 Manfaat bagi Akademisi	12
1.4.3 Manfaat bagi Peneliti	12
1.4.4 Manfaat bagi Stakeholder	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Grand Theory	13
2.1.2 Kepuasan.....	15
2.1.3 <i>Brand attitude</i>	16
2.1.4 Endorser	18
2.1.5 Kualitas Produk	19
2.1.6 <i>Word of mouth</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Fokus Penelitian	44
3.3 Variabel Penelitian.....	44
3.4 Definisi Operasional.....	45
3.4.1 Dimensionalisasi Variabel <i>Endorser</i> (X1).	46
3.4.2 Dimensionalisasi Variabel kualitas produk (X2).	46
3.4.3 Dimensionalisasi Variabel <i>word of mouth</i> (X3).....	47
3.4.4 Dimensionalisasi Variabel <i>Brand attitude</i> (Z).	47
3.4.5 Dimensionalisasi Variabel Kepuasan konsumen (Y).....	48
3.5 Jenis dan Sumber Data	48
3.6 Populasi dan Sampel	49
3.6.1 Populasi.....	49
3.6.2 Sampel	50
3.7 Metode Pengumpulan Data	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Kopi kahyangan Tahun 2021 s/d 2024.....	3
Tabel 3.1 Pemberian Skor (Penilaian)	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Tabel 4.4 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel <i>Endorser</i> (X1).....	62
Tabel 4.5 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kualitas produk (X2)...	64
Tabel 4.6 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel <i>Word of mouth</i> (X3).....	66
Tabel 4.7 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel <i>Brand Attitude</i> (Z)	68
Tabel 4.8 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepuasan konsumen (Y)	69
Tabel 4.9 <i>Combined loadings and cross-loadings</i>	72
Tabel 4.10 <i>Average Variances Extracted</i>	73
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Hasil Uji Hipotesis	74
Tabel 4.13 <i>Total Effects</i>	77
Tabel 4.14 Uji Model Penelitian	79
Tabel 4.15 Rangkuman Uji Hipotesis	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kajian Teori.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perumda Perkebunan Kahyangan Jember.....	58
Gambar 4.2 Model Hipotesis	78

