

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT QUALITY
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA MEREK ES
KRIM CAMPINA YANG DIMEDIASI OLEH
CUSTOMER SATISFACTION**

SKRIPSI

Oleh:

YUNITA RAHMAWATI

NIM: 08020320066



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Yunita Rahmawati, 08020320066, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 20 Desember 2023



Yunita Rahmawati

NIM. 08020320066

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 14 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized 'D' or 'Deasy'.

Deasy Tantriana, M. M
NIP.198312282011012009

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA MEREK ES KRIM CAMPINA YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION

oleh
Yunita Rahmawati
NIM: 08020320066

Telah dipertahankan di depan Dewa Penguji pada tanggal 04 dan dinyatakan
memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Deasy Tantriana, M.M
NIP. 198312282011012009
(Penguji 1)
2. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., MM
NIP. 198612132019032009
(Penguji 2)
3. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 3)
4. Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc
NIP. 199301092020122028
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 04 Januari 2024



Dr. Saiful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : YUNITA RAHMAWATI
NIM : 08020320066
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN
E-mail address : yunitarahmawati2306@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY

PADA MEREK ES KRIM CAMPINA YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Januari 2024

Penulis

(Yunita Rahmawati)

ABSTRAK

Brand Image dan *Product Quality* telah menjadi subjek penelitian yang menarik berkaitan dengan produk es krim Campina dalam menghadapi persaingan antara usaha sejenis. Implementasi *brand image* juga *product quality* diharapkan mampu mempengaruhi *customer loyalty* lewat mediasi oleh *customer satisfaction*. Penelitian ini menganalisis hubungan *brand image* dan *product quality* pada *customer loyalty* yang dimediasi *customer satisfaction* dalam menghadapi persaingan ketat antara perusahaan yang menghasilkan produk *ice cream*.

Jenis penelitian yang diterapkan ialah penelitian kuantitatif lewat kuesioner sebagai data primer dengan menggunakan skala pengukuran 1-5 dan data sekunder dari beberapa sumber terpercaya. Dengan menggunakan *purposive sampling*, perhitungan hair diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini mencapai 200 responden. pelanggan es krim Campina. Untuk menguji instrumen dan hipotesis, peneliti memanfaatkan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui pendekatan berbasis varians, yaitu *Partial Least Square* (PLS) versi 4.

Penelitian ini menemukan, pertama, tidak terdapat hubungan *brand image* ke *customer loyalty* pada merek es krim Campina. Kedua, *product quality* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* pada merek es krim Campina. Ketiga, *brand image* tidak ada hubungan terhadap *customer satisfaction* pada merek es krim Campina. Keempat, *product quality* ada pengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada merek es krim Campina. Kelima, *customer satisfaction* ada pengaruh positif ke *customer loyalty* pada merek es krim Campina. Keenam, *customer satisfaction* tidak dapat berfungsi sebagai mediator antara *brand image* pada *customer loyalty* pada merek es krim Campina. Ketujuh, *customer satisfaction* dapat berfungsi sebagai mediator antara *product quality* ke *customer loyalty* pada merek es krim Campina.

Penelitian ini memberikan saran kepada perusahaan agar lebih meningkatkan *brand image* yang lebih baik, meningkatkan *product quality* dari produknya agar pelanggan merasakan kepuasan yang akhirnya dapat memicu loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *brand image, product quality, customer loyalty, customer satisfaction*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II	17
LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Teori	17
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	17

2.1.2 <i>Brand Image</i>	21
2.1.3 <i>Product Quality</i>	26
2.1.4. <i>Customer Loyalty</i>	30
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Hubungan Antar Variabel	46
2.4 Hipotesis.....	53
2.5 Kerangka Konseptual	54
BAB III	55
METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	55
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	55
3.4 Variabel Penelitian	58
3.5 Definisi Operasional.....	58
3.6 Jenis dan Sumber Data	60
3.7 Teknik Pengumpulan Data	61
3.8 Teknik Analisis Data	62
3.8.1 Analisis Deskriptif	62
3.8.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	62
3.8.3 <i>Parsial Least Square</i> (PLS)	63
3.8.4 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	63
3.8.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	65
3.8.6 Analisis Mediasi	66
3.9 Pengujian Hipotesis	67

BAB IV	69
HASIL ANALISIS & PEMBAHASAN	69
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	69
4.1.2 Profil Singkat Perusahaan.....	70
4.2 Hasil Analisis Deskriptif	71
4.2.1 Deskripsi Responden	71
4.2.2 Jenis Kelamin.....	71
4.2.3 Usia	72
4.2.4 Pekerjaan.....	72
4.2.5 Frekuensi Pembelian Selama 1 Bulan Ini	73
4.2.6 Hasil Jawaban Responden	73
4.3 Evaluasi Model.....	77
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	77
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	81
4.3.3 Uji Hipotesis	84
4.3.4 Uji Mediasi	91
4.4 Pembahasan	96
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	96
4.4.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	98
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	100
4.4.4 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	102
4.4.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	103
4.4.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	105

4.4.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	107
BAB V.....	109
SIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Simpulan.....	109
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	110
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	127

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

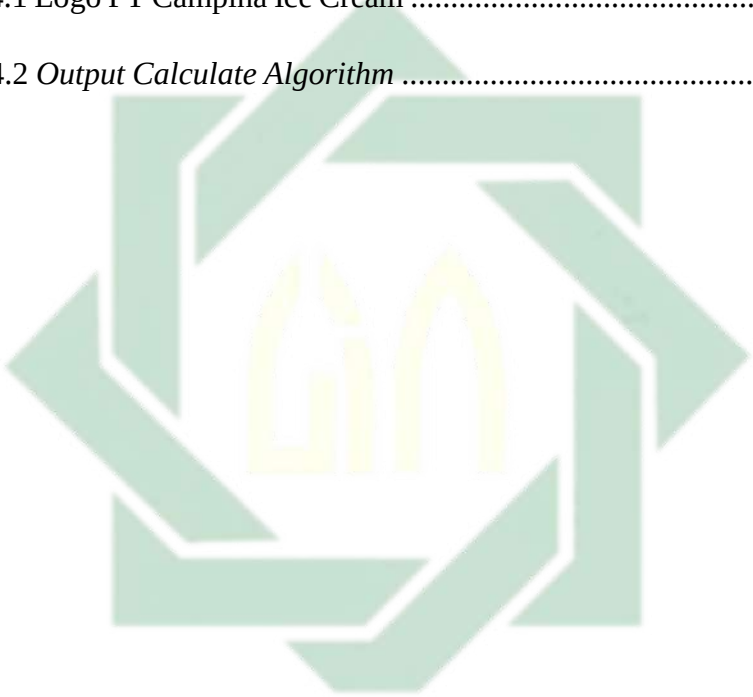
Tabel 1.1 <i>Top Brand</i> Merek Es Krim	3
Tabel 1.2 Data Kantor Perwakilan PT Campina Ice Cream	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional	58
Tabel 3.2 <i>Skala Likert</i>	61
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2 Data Responden Berdasar Usia	72
Tabel 4.3 Data Responden Berdasar Pekerjaan	72
Tabel 4.4 Data Responden Berdasar Frekuensi Pembelian	73
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	74
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Product Quality</i>	74
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i>	75
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	76
Tabel 4.9 Nilai <i>Convergent Validity</i>	78
Tabel 4.10 Nilai <i>Cross Loading</i>	79
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	80
Tabel 4.12 <i>R Square</i>	81
Tabel 4.13 <i>Q Square</i>	82
Tabel 4.14 Hasil Uji AVE dan <i>R-Square</i>	83
Tabel 4.15 Uji Hipotesis	84
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji Hipotesis	85

Tabel 4.17 <i>Specific Indirect Effects</i>	89
Tabel 4.18 <i>Path Coefficients</i>	91
Tabel 4.19 <i>Path Coefficients</i>	93
Tabel 4.20 <i>Path Coefficients</i>	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Bersih	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	54
Gambar 4.1 Logo PT Campina Ice Cream	71
Gambar 4.2 <i>Output Calculate Algorithm</i>	77



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti 1	127
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian 1	129
Lampiran 3. Tabulasi Data	135



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2013). *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. New York: Psychology Press.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Afriani, L. N., & Setyono, H. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS NASABAH YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN NASABAH (Studi pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Yogyakarta). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 7(2), 123–138. <https://doi.org/10.12928/fokus.v7i2.1741>
- Agustin, I. N., Purwianti, L., Hasvia, T. G., Utami, N. A. De, Aulia, G., & Jones, J. H. (2023). Pengaruh Product Quality , Service Quality terhadap Customer Loyalty Ayam Geprek Goldchick yang dimediasi oleh Customer Satisfaction. *YUME : Journal of Management*, 6(2), 247–261.
- Akbar, M. F., Wijoyo, H., & Wibowo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 29–39. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.9>
- Alqadri, A. N. I., Kadir, A. R., & Kadir, N. (2020). The Influence of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction in. Bosowa Berlian Motors in the City of Makassar. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 3(4), 136–145. <https://doi.org/10.26487/hjabe.v3i4.383>
- Andria, Y. G., & Setiadi, Y. W. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 419–433.

- Anggraini, N. A. (2020). Pengaruh Kecepatan Layanan Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Café Intermezzo Medan. In *Universitas Medan Area*.
- Anisah, D. S., & Nurfarida, I. N. (2018). Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Management and Business Review*, 2(2), 124.
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo). *Jurnal PPKM*, 6(2), 112–121.
- Arif, M., & Syahputri, A. (2021). The Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty with Consumer Satisfaction as a Intervening Variable at Home Industry. *Journal of International Conference Proceedings*, 4(2), 398–412. <https://doi.org/10.32535/jicp.v4i2.1274>
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 897–901. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Awalia, S. N., & Setiawan, A. (2022). Kepuasan sebagai mediasi pengaruh brand image, service quality dan experiential marketing terhadap loyalitas nasabah. *Journal of Management and Digital Business*, 2(3), 176–191. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v2i3.155>

- Award, T. B. (2019). *Komparasi Brand Index*. Top Brand. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=2&id_kategori=30&id_subkategori=85&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Aice&brand2=Campina&brand3=Walls
- Ayuningtyas, A., & Rahayu, F. (2023). Pengaruh Brand Trust , Product Quality , Brand Image , Customer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty. *Co-Value : Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(3), 339–351.
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1.1878>
- Budiman. (2018). *PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN FAEDAH DI BRISyariah KC SIDOARJO*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Bungin, B. (2017). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya. In *Kencana*.
- Campina. (2017). *Campina Hadirkan Varian Baru Es Krim LuVe Litee – Campina Ice Cream*. PT Campina Ice Cream Industry Tbk. <https://www.campina.co.id/id/campina-hadirkan-varian-baru-es-krim-luve-litee/>
- Campina. (2018). *PUBLIC EXPOSE PT CAMPINA ICE CREAM INDUSTRY TBK* (Issue Desember).
- Campina. (2020). *Tentang Kami - Campina Ice Cream Store*. PT CAMPINA ICE CREAM INDUSTRY Tbk. All Rights Reserved. <https://icecreamstore.co.id/tentang-kami.html>
- Campina. (2022a). *Campina raih Top Brand for Kids Award 2022 – Campina Ice Cream*. Campina.Co.Id. <https://www.campina.co.id/id/campina-raih-top-brand-for-kids-award-2022/>

- Campina. (2022b). *Strengthening Sustainability Fundamental*.
- Cantona, E. (2021). Pengaruh dari Brand Image dan Product Quality melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediator terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 488–493. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13290>
- Cornelia S., E., Veronica S., N., Kartika, E. W., & Kaihatu, T. S. (2012). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5Asec Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 4(2), 45–57. <https://doi.org/10.9744/jmp.4.2.45-57>
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236–251.
- Darmono, S. B. (2020). Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Iphone Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 9.
- Dewantoro, D. H., Wisnalmawati, & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Coffe Shop Fihi Pekanbaru). *Ciastech 2021*, 21–28.
- Dewi, A. A. C., & Prof. Dr. Hatane Samuel, S.E., M. . (2015). PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA PELANGGAN SUSHI TEI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1–9.
- Dewi, T. U., & Nugroho, P. N. A. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Institut Français Indonesia di Surabaya. *Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis (JTTB)*, 3(2), 31–32.
- Djaali. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Bumi Aksara*.

- Elen, S. (2019). Pengaruh Teknologi, Organisasi, Dan Lingkungan Terhadap Kinerja Ukm Di Indonesia Dengan Adopsi Media Sosial Sebagai Variabel Mediasi. In *Skripsi UNTAR*.
- Faizah, F. N. (2022). Eksistensi bisnis kuliner halal melalui digital marketing di era new normal. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 86–90. <https://doi.org/10.36407/serambi.v4i1.513>
- Fauzi. (2022). Analisis Kinerja Keuangan PT. Campina Ice Cream Industry, Tbk. Ditinjau Dari Ratio Profitabilitas. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis TanjungPpnang*, 5(2), 29.
- Firdaus, R. I. (2022). *Penerapan Corporate Social Initiative Pada Outlet Waroeng Steak Dan Shake Gatot Subroto Bandar Lampung*. <http://digilib.unila.ac.id/67682/>
- Fitriana, & Soetjipto, B. E. (2015). The analysis of factors affecting customer loyalty at Mc Donald's. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 13(9), 6853–6871.
- Gelaidan, H. M., & Abdullateef, A. O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 55–67. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3 untuk Penelitian Empiris edisi 2. In *Semarang: Diponegoro University Press*.
- Griffin, J. (2005). (2014). Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. In *Jakarta: Erlangga*.
- Gustini, T. H. (2023). *Pola Konsumsi, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Luwak White Koffie Di Warung Kopi Angkringan Kota Bandar Lampung*.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* (2e Edition).
- Hidayat, M., Hadi, E. D., & Anggarawati, S. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Produk Kopi Kapal Api. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 215–217.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- IDXTAINMENT. (2018). *Campina Perkuat Kerjasama Dengan Disney Dan Nickelodeon*. IDXCHANNEL. <https://www.idxchannel.com/idxc-live/video-1/campina-perkuat-kerjasama-dengan-disney-dan-nickelodeon>
- Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2021). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WHICH IS MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION (Case Study PT. Indosat). *International Journal of Research and Review (Ijrrjournal.Com)*, 8(3), 646–658.
- Ismailia, Y. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Syariah Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Muslimah Aishaderm*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Japariato, E., & Nugroho, B. W. (2020). Analisa Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10025>
- Jaya, U. A., Bagja, S. I., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Price dan Product Quality Terhadap Costumer Loyalty Internet Indosat Ooredoo di Sukabumi. *Cakrawala*, 3(1), 35–36.

- Kartini B., T. D., Fanny, L., & Magdalena, M. (2021). Kualitas Organoleptik Es Krim Santan. *Jurnal Kesehatan Manarang*, 7(2), 79. <https://doi.org/10.33490/jkm.v7i2.506>
- Kasnelly, S., M. Ilham, & Aini, R. Q. (2022). Analisis Kinerja Keuangan PT Campina Ice Cream Industry Tbk (Berdasarkan Rasio Profitabilitas). *Al - 'Amal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 23.
- Keller, K. L. (2013a). Building, Measuring, and Managing Brand Equity. In *Journal of Marketing*.
- Keller, K. L. (2013b). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Khotim Fadhli, & Nia Dwi Pratiwi. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>
- Kotler & Keller. (2016). Marketing Management . England: Pearson Global Edition (15th ed.). In *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Gary, A. (2014). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Alih bahasa Bob Sabran Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. In *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., & Keller. (2014). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. In *Jakarta: Erlangga*.
- Kurnia, L. (2022). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BSI MOBILE DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sragen). In *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*.

- Kurniati, K. (2020). Pengaruh Pengawasan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada PT. Sari Lembah Subur. In *Repository Universitas Islam Riau Pekanbaru*.
- Kusumah, E. P., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). Atribut Pemilihan Kualitas Restoran: Citra Merek Dan Harga. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 117–119. <https://doi.org/10.26905/jbm.v6i2.3689>
- Mangkunegara, A. P. (2015). *Perilaku Konsumen*.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Mustafa, Setya, P., Gusdiyanto, Hafidz, Victoria, Andif, Masgumelar, Kukuh, N., Lestariningsih, Dyah, Nurika, Maslach, Hanik, Dedi, Ardiyanto, Hutama, Arya, H., Boru, Jerison, M., ... Syaiful. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga*.
- Navarone, N., & Evanita, S. (2019). Pengaruh Service Quality Dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Mediasi Pada Produk Smartphone Samsung Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(02), 53.
- NG, F., Tecoalu, M., & Wahyoedi, S. (2022). The Role of Customer Satisfaction in Mediating the Effect of Service Claim and Brand Image on Customer Loyalty at PT Asuransi Sahabat Artha Proteksi in Jakarta. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BIOHS) Journal*, 4(1), 126–139. <https://doi.org/10.33258/biohs.v4i1.598>
- Nina Oktaviani, D. (2017). Analisis Pengelolaan Dan Dampak Sampah Terhadap Konsumsi Warga Sekitar Tempat Pembuangan Akhir. *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law*, 1(1), 83–84. <https://doi.org/10.30762/q.v1i1.487>

- Nistania, F. E. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Celebraty Endorser Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah Iain Tulungagung. In *Repository IAIN Tulungagung*. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Noviyanti, D., Yuniarti, D., & Amijaya, F. D. T. (2016). Pemodelan Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Product of Coefficient. *Prosiding Seminar Sains Dan Teknologi FMIPA Unmul*, 1(1), 38.
- Nurlan, F. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Science › Research & Methodology* (pp. 16–18).
- Park, H., & Park, S. (2019). The effect of emotional image on customer attitude. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(3), 259–268. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no3.259>
- Pradana, R. A., & Halimi, M. (2017). *ANALISIS PERAN CITRA MEREK ES KRIM WALLS DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KONSUMEN*. Repository Universitas Gadjah Mada. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/108618>
- Prasetyo, A. H., & Lukiasuti, F. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Service Quality Terhadap Revisit Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada AHASS Comal Abadi Motor). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 151–160. <https://doi.org/10.35829/magisma.v10i2.225>
- Purnapardi, M. S., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Product Quality dan Brand Image terhadap Repurchase Intention Produk Kosmetik Halal di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 136–147. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p136-147>

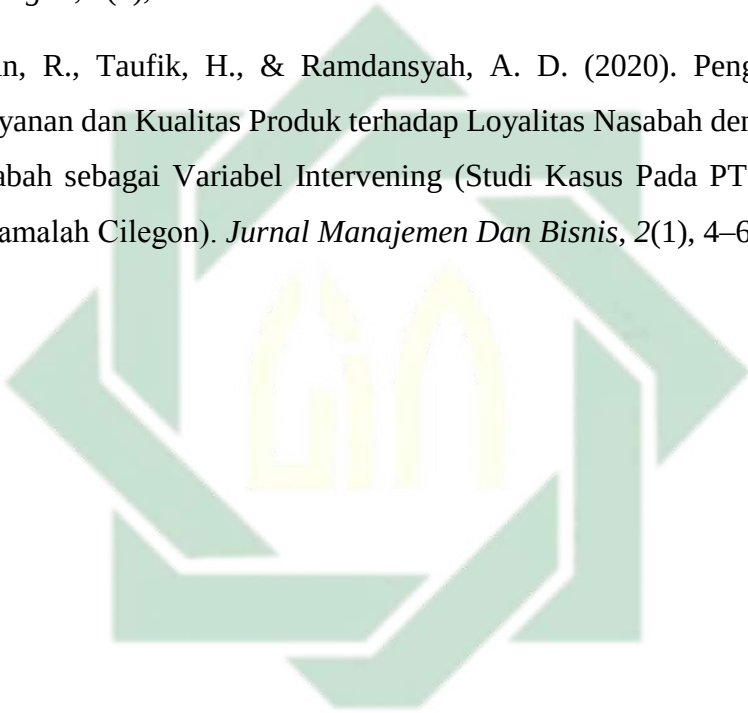
- Purnia, D. S., Adiwisastro, M. F., Muhajir, H., & Supriadi, D. (2020). Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website. *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2), 87. <https://doi.org/10.31294/evolusi.v8i2.8942>
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., Darwin, Badi'ah, A., Sayekti, S. P., Fadlilah, M., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyani, T., Tondok, S. B., Prisusanti, R. D., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. In *MEDIA SAINS INDONESIA*.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Puspitaningrum, Y., & Aji Damanuri. (2022). ANALISIS LOKASI USAHA DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN BISNIS PADA GROSIR BERKAH DOHO DOLOPO MADIUN. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 289–304. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.977>
- Putri, F. N., & Darmawan, H. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 768–777. <http://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/6563>
- R.Sukatmadiredja, N. (2016). ANALISA PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERTUMBUHAN WARUNG KOPI DI KECAMATAN RUNGKUT SURABAYA. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 340–354.
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–4.

- Retnawati, H. (2017). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Rialdy, N., Alpi, M. F., Purnama, N. I., & Januri, J. (2021). Model Pengukuran Kualitas Audit pada Kantor Akuntan Publik di Kota Medan : Pendekatan Partial Least Squares (PLS) - SEM Analisis. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(02), 432–442. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1514>
- Ruslim, T. S., Yulianti, F., Hapsari, C. G., & Iskandar, D. (2023). Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Service Quality dan Brand Image terhadap Customer Loyalty Super I *** di Jakarta. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(3), 1–14.
- Saninaya, A. N., Riorini, V., & Marcellina, S. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Customer Perceived Value Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(2), 407–417. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i2.165>
- Santana, A., & Keni. (2020). Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada PT. Brand di jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(4), 150–155.
- Sapitri, E., Sampurno, & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231–233.
- Saputra, A. S. (2018). Pengaruh Kompensasi dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Motivasi Kerja: Studi Kasus Di Hotel Merah Group Magetan, Jawa Timur, Indonesia. In *Universitas Islam Indonesia*.
- Sari, A. A. A. M., & Sukawati, T. G. R. (2020). Pengaruh Customer Delight Terhadap Customer Loyalty Dengan Service Quality Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Manajemen*, 9(1), 279.
- Schiffman, G., L. dan, & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour, Edisi 10*.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L., L. (2018). *Perilaku Konsumen* (A. B. Zoelkifli (ed.); Edisi 7).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods of Business*. In *New York: John Wiley & Sons Ltd.*
- Semuel, H., & Wibisono, J. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 29–30. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.27-34>
- Setiawati, E., & Wiwoho, G. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Product Quality Terhadap Purchase Decision dengan Purchase Intention sebagai Intervening pada Produk Jims Honey (Studi pada Masyarakat Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(3), 407–424. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i3.843>
- Sitompur, S. S., Safhira, H., Purba, J. O., & Novitriansyah, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Campina Ice Cream Industry TBK. *LUCRUM (Jurnal Bisnis Terpan)*, 2(3), 379–384.
- Statistik, B. P. (2022). *Badan Pusat Statistik*. Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data/0000/data/104/sdgs_17/1
- Subagio, R. A. (2015). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Low Cost Green Car Astra Daihatsu Ayla di PT. Jolo Abadi, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(1), 1–9.
- Sugiyono, P. D. (2018). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Alfabeta. In *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*.

- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Analisis Pengaruh Customer Satisfaction Dan Trust IN BRAN Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pengguna Kartu XL di Sekolah Tinggi Manajemen Labora). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 87.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi.
- Utami, S. W., & Rorini, S. V. (2023). Analisis Pengaruh Product Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Pengguna Skincare Avoskin. *Jurnal MANOVA*, 6(2), 20–26.
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadhi, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT. Global Eksekutif Teknologi*.
- Vinzi, V. E., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Square*.
- Wati, D. W. R., Fatmawatie, N., & Fauza, N. (2020). Pengaruh Customer Satisfaction Dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Produk Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(1), 57. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v4i1.4>
- Wijaya, F., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2013). Perancangan Promosi Digital Pt Campina Di Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 1–10.
- Worodiyanti, N. W., & Maspiyah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skin Care Malang. *E- Journa*, 05(01), 23–28.
- Wulandari, D. (2023). *Demi Relevan dengan Gen-Z, Campina Hadir di “We The Fest 2023.”* MIX Marcomm. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/demi-relevan-dengan-gen-z-campina-hadir-di-we-the-fest-2023/>
- Yazid, M. (2015). Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi. In *Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UI*.

- Yonathan, I. C. (2017). Pengaruh Kompetensi, Informasi, Karyawan Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Zangrandi Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2(1), 118.
- Zilfana. (2021). Financial Performance Analysis Of PT Campina Ice Cream Industry Tbk Reviewing From Profitability Ratio. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 17–18.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 4–6.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A