

202110160311070  
Pandhu Lanang Pamungkas  
Prodi Manajemen

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP *CUSTOMER RETENTION***

**(Studi Terhadap Konsumen Teh Kota di Kecamatan Dau Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**Pandhu Lanang Pamungkas**

**202110160311070**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

#### **PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CUSTOMER RETENTION (Studi Terhadap Konsumen Teh Kota di Kecamatan Dau Malang)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Pandhu Lanang Pamungkas  
NIM : 202110160311070  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Pembimbing II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Penguji I : Drs. Noor Azis, M.M.

Penguji II : Yeyen Pratika, S.E., MBA., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,

M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

## LEMBAR PERSETUJUAN

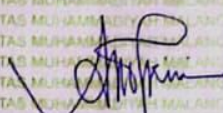
**SKRIPSI**

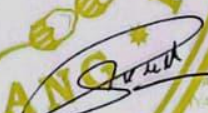
**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP CUSTOMER RETENTION**  
(Studi Terhadap Konsumen Teh Kota di Kecamatan Dau Malang)

Oleh :  
**Pandhu Lanang Pamungkas**  
202110160311070


Diterima dan disetujui  
pada tanggal 20 Desember 2025

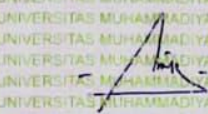
Pembimbing I, Pembimbing II,

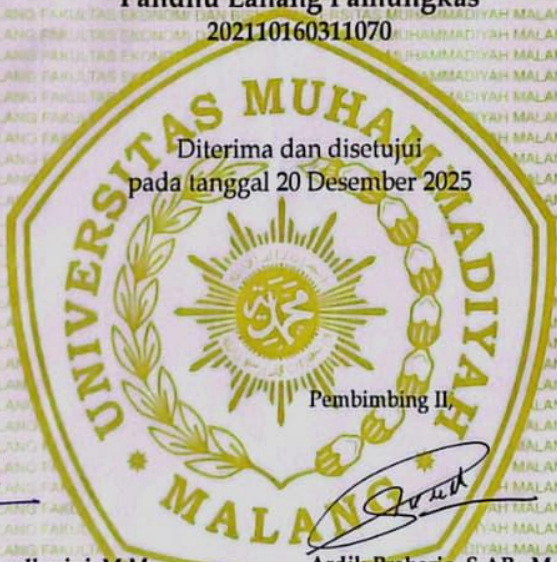
  
**Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**

  
**Ardik Praharjo, S.A.B., M.A.B.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ketua Program Studi,

  
**M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.**

  
**Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.**



## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Pandhu Lanang Pamungkas  
Nim : 202110160311070  
Program Studi : Manajemen  
Email : [pandulanang12@gmail.com](mailto:pandulanang12@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 15 November 2025

Yang membuat pernyataan,



Pandhu Lanang Pamungkas

## **PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP *CUSTOMER RETENTION***

**(Studi Terhadap Konsumen Teh Kota di Kecamatan Dau Malang)**

**Pandhu Lanang Pamungkas**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
Email : [pandulanang12@gmail.com](mailto:pandulanang12@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Persaingan ketat di industri minuman kekinian tuntutan pelaku usaha tidak hanya menarik pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan pelanggan lama. Teh Kota sebagai merek lokal menghadapi tantangan dalam menjaga *customer retention* di Kecamatan Dau Malang. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *brand image* dan kualitas pelayanan terhadap *customer retention* Teh Kota. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Sampel penelitian terdiri dari 168 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap *customer retention* Teh Kota di Kecamatan Dau Malang. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,696 menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan sebagian besar variasi *customer retention*. Di antara keduanya, *brand image* memiliki pengaruh yang dominan, menandakan bahwa *brand image* yang kuat lebih menentukan *customer retention* dibandingkan kualitas pelayanan semata. Penelitian ini menekankan bahwa penguatan *brand image* dan peningkatan kualitas pelayanan merupakan strategi penting bagi Teh Kota untuk mempertahankan *customer retention* di tengah persaingan industri minuman lokal.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, *Customer Retention*.

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND SERVICE  
QUALITY ON CUSTOMER RETENTION  
(Study Of City Tea Consumers in Dau Malang District)***

**Pandhu Lanang Pamungkas**

*Management Study Program, Faculty of Economics and Business  
University of Muhammadiyah Malang  
Jl. Raya Tlogomas No.246, Malang, East Java  
Email : [pandulanang12@gmail.com](mailto:pandulanang12@gmail.com)*

**ABSTRACT**

*Fierce competition in the beverage industry today demands that business actors not only attract new customers, but also retain old ones. Teh Kota as a local brand faces challenges in maintaining customer retention in Dau Malang District. This study aims to analyze the influence of brand image and service quality on Teh Kota's customer retention. This study uses a quantitative method with an explanatory research approach. The research sample consisted of 168 respondents who were selected through purposive sampling techniques. Data analysis was carried out by multiple linear regression using SPSS software version 25. The results of the study show that brand image and service quality have a positive and significant effect on Teh Kota customer retention in Dau Malang District. A determination coefficient value of 0.696 indicates that both variables explain most of the variation in customer retention. Between the two, brand image has a dominant influence, indicating that a strong brand image determines customer retention more than service quality alone. This research emphasizes that strengthening brand image and improving service quality is an important strategy for Teh Kota to maintain customer retention in the midst of competition from the local beverage industry.*

**Keywords:** *Brand Image, Service Quality, Customer Retention*

## KATA PENGANTAR

### **Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap *Customer Retention* (Studi Terhadap Konsumen Teh Kota Di Kecamatan Dau Malang)**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak keterbatasan wawasan dan kemampuan. Namun dengan niat, usaha, serta doa yang tulus, penulis berusaha menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. M. Sri Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.,selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Sri Nastiti Andharini. Dra., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktunya dengan penuh kesabaran dalam membimbing, memberikan motivasi, ilmu, arahan, serta masukan yang sangat berarti demi penyempurnaan skripsi ini
5. Ardik Praharjo, S.AB., M.AB, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya dengan penuh kesabaran dalam membimbing, memberikan motivasi, ilmu, arahan, serta masukan yang sangat berarti demi penyempurnaan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan selama proses perkuliahan dari awal hingga akhir studi.

7. Kedua orang tua tercinta, Ibu Januliawati dan Bapak Supomo, beserta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral dan material, serta kasih sayang yang tiada henti, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Jessica Jenny, selaku Pemilik Outlet Teh Kota, atas kesempatan dan dukungan yang telah diberikan selama proses pengumpulan data. Bantuan dan kerja sama yang berikan benar-benar membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan lancar.

Dengan banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, semoga dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan siapapun yang membutuhkan terkait skripsi ini.

**Wassalamu'alaikum, Warahmatullahi Wabarakatuh**

Malang, 15 November 2025

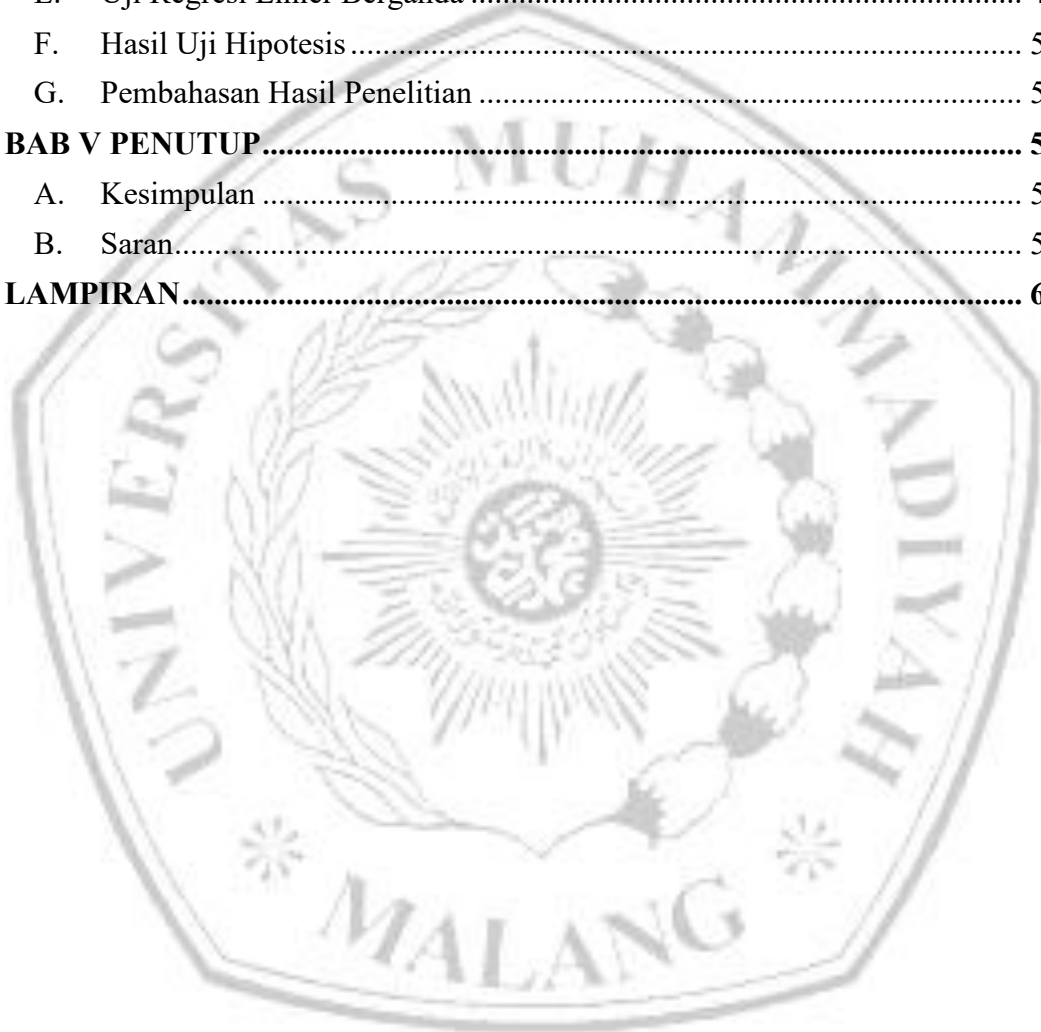


Pandhu Lanang Pamungkas

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xiv</b>
<b>PLAGIASI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Penelitian.....	8
C. Tujuan Masalah.....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Kerangka Konseptual & Hipotesis.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Populasi, Sampel, dan Sampling.....	29
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	30
E. Definisi Operasional Variabel.....	32
F. Uji Instrumen .....	35
G. Metode Analisis Data .....	36
H. Uji Regresi Linier Berganda .....	38

I. Uji Hipotesis .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
C. Hasil Uji Instrumen .....	42
D. Metode Analisis Data .....	44
E. Uji Regresi Linier Berganda .....	48
F. Hasil Uji Hipotesis .....	50
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	52
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	58
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data penjualan Teh Kota Bulan Juli 2025 .....	4
Tabel 1. 2 Perbandingan Skala Usaha dan Penjualan Teh Kota dan Teh Poci .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Pemberian Skor Angket .....	35
Tabel 3. 3 Rentang Skala .....	37
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 2 Usia .....	42
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4. 5 Perhitungan Variabel Customer Retention .....	44
Tabel 4. 6 Perhitungan Variabel Brand Image.....	45
Tabel 4. 7 Perhitungan Variabel Kualitas Pelayanan.....	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Dominan .....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	26
Gambar 4. 1 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden.....	65
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen .....	80
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	84
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	86
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis .....	87



## DAFTAR PUSTAKA

1. Intan Rahayu. Teh outlook komoditas perkebunan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2024;1–100.
2. Alshurideh MT. Is Customer Retention Beneficial for Customers: A Conceptual Background. *J Res Mark.* 2016;5(3):382.
3. Kothler & Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Vol. 22, Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España. Pearson Education Limited; 2016. 49–54 p.
4. Buck S, Kennedy D. *Guide to Maximum Referrals and Customer Retention*. Entrepreneur Press; 2016. 281 p.
5. Mustofa & Hasanah. Pengaruh Service Quality Dengan Brand Image Terhadap Customer Retention Pada Store Guardian Di Mall Central Park Jakarta. *J Ilm Wahana Pendidik.* 2023;9(17):278–85.
6. Susanti AA. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Customer Retention Pada PT Patam Mulya Jaya di Batam. *Andalas Manag Account J.* 2023;01(2):60–6.
7. Mevia K, Danial RDM. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Customer Retention. *Manag Stud Entrep J.* 2022;3(4):2115–9.
8. Yustiani. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention Laundry Kiloan Abianbase Mengwi. *J Emas.* 2022;3(8):2774–3020.
9. Praharjo A. The Effect of Service Quality on Satisfaction and Loyalty Visitors at Sengkaling Recreational Park. 2020;10(01):33–40.
10. Rizkiyanto. Can the brand image of local product create customer retention? *Int J Res Sci Commer Arts, Manag Technol.* 2023;8(2):410–21.
11. Sinambela EA, Retnowati E, Ernawati E, Lestari UP, Munir M. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya. *J Baruna Horiz.* 2022;5(1):17–25.
12. Erliana E. Pengaruh Service Quality Dan Relationship Marketing Terhadap Customer Retention Pada Pt. Bpr Dana Mulia Sejahtera Di Tanjungpinang. *Cash.* 2022;5(1):38–46.
13. Malhotra NK. [ISBN 978-0-13-608543-0] Naresh K. Malhotra - *Marketing Research- An Applied Orientation (0)*.pdf. 2010. 937 p.
14. Aaker D, Alexander B. *Brand Equity and Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. 1996. p. 1–381.
15. Tjiptono F. *Manajemen Jasa*. Vol. 16, Andi Offset. 2014. 147 p.
16. Parasuraman & Zeithaml. Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations. Vol. 28, *Choice Reviews Online*. 1990. 28-

0390-28–0390 p.

17. Putri MW, Kardinal, Meirisa F. Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Customer Trust, Price Perception Dan Brand Image Terhadap Retention Telkomsel (Studi Kasus Pada Counter Agung Celuler Di Kecamatan Sukarami Palembang). 2018;(QS Economics):1–10.
18. Junardi. Peran Customer Satisfaction dalam Memediasi Pengaruh Brand Image dan Social Media Marketing terhadap Customer Retention pada UMKM : Studi Kasus PT Sewu Segar Nusantara. 2025;8:233–48.
19. Farichatun Nisa', Nadhila Bonazier G, Damayanti Eka W, Yaremia F.M Saragih. Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan terhadap customer retention. J Ris Manaj Dan Ekon. 2024;2(2):52–63.
20. Kurniawan G, Atinaja MD. The Effect of Innovative Product, Brand Image, and Opinion Leader on Customer Retention in the Covid-19 Pandemic Era. J Pendidik Bisnis dan Manaj. 2024;10(3):329–44.
21. Nindya G, Listiana E, Afifah N. Pengaruh Quality of Service dan Complaint Handling terhadap Customer Retention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. Inov J Ekon Keuangan, dan Manaj. 2024;20(3):615–25.
22. Sugiyono D. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Vol. 83, Bandung. ALFABETA; 2019. 1–11 p.
23. Hair et al. The Results of PLS-SEM Article information. Vol. 31, European Business Review. 2019. 2–24 p.
24. Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Alfabeta; 2017. 1493–1496 p.
25. Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2018.
26. Nugraha B. Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda. Yogyakarta. Pradina Pustaka; 2022. 127 p.
27. Rasyidy MC, Andharini SN. The Effect of Trust and Service Quality on Customer Loyalty of Goods Delivery Services ( Case Study at PT . Tiki Jalur Nugraha Ekakurir ). 2021;01(02).

## PLAGIASI



Lembaga Informasi dan Publikasi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 8/12/2025

Kode : 2839364048

Nama : Pandhu Lanang Pamungkas

NIM : 202110160311070

Prodi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap customer retention

Persentase Plagiasi : 3%

Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

Dipindai dengan CamScanner

