

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND ACTIVISM*, *PERCEIVED QUALITY* DAN  
*BRAND REPUTATION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Pelanggan *Brand Mc Donald's*)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen

**Oleh:**

**Aileen Margareth Tania**

**NIM : 2110312220028**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN  
2025**

**LEMBAR LEGALITAS**

**PENGARUH *BRAND ACTVISM* , *PERCEIVED QUALITY* DAN  
*BRAND REPUTATION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI  
(Studi pada Pelanggan *Brand Mc Donald's*)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**Aileen Margareth Tania**

**NIM: 2110312220028**

Telah Dipertahankan di depan Tim Dewan Penguji pada Tanggal 25 Juni 2025  
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

**Dosen Pembimbing**

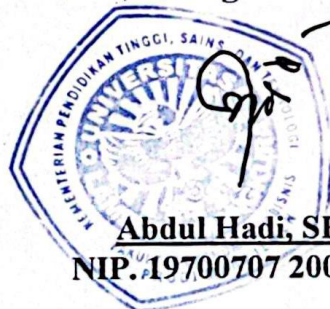


**Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM**

**NIP. 19720909 199903 2 001**

**Mengetahui,**

**Koordinator Program Studi Manajemen**



**Abdul Hadi, SE, M.Si**

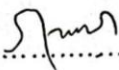
**NIP. 19700707 200501 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Aileen Margareth Tania  
NIM : 2110312220028  
Prodi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Penelitian : Pengaruh *Brand Activism, Percieved Quality, Brand Reputation*, terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan *Brand Mc Donald's*)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 25 Juni 2025  
Waktu Ujian : 14.00 WITA s/d selesai

**Tim Penguji**

Pembimbing : Dr. Siti Aliyati Al-Bushairi, SE, MM

(..........)

Penguji I : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM

Penguji II : Dr. Nuril Huda, SE, MM

## BERITA ACARA PERBAIKAN

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

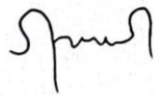
Nama : Aileen Margareth Tania  
NIM : 2110312220028  
Jurusan / Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Activism*, *Percieved Quality*,  
*Brand Reputation*, terhadap *Customer Loyalty*  
dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel  
Mediasi (Studi pada Pelanggan *Brand Mc Donald's*)  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Sumber Daya Manusia  
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 12 Maret 2025  
Waktu, Tempat : 11.00 WITA – 16.00 WITA, Ruang Ujian 1

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan Tim Penguji

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji

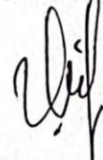
Banjarmasin, 25 Juni 2025

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



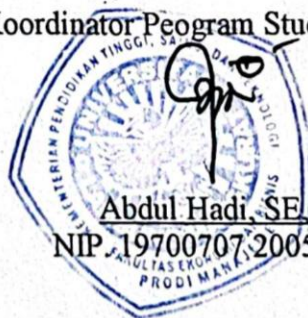
Dr. Siti Aliyati Al-Bushairi, SE, MM  
NIP. 19720909 199903 2 001

Mahasiswa



Aileen Margareth Tania  
NIM. 2110312220028

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si  
NIP. 19700707 200501 1 001

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah Saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan Saya ini tidak benar, maka Saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 10 Juli 2025  
Yang Membuat Pernyataan



**Aileen Margareth Tania**  
**NIM. 2110312220028**

## DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iiiv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
ABSTRAKSI .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xxiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	15
1.3. Tujuan Masalah .....	16
1.4. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA .....	18
2.1. Landasan Teori .....	18
2.1.1 <i>Brand Activism</i> .....	18
2.1.2 <i>Perceived Quality</i> .....	20
2.1.3. <i>Brand Reputation</i> .....	21
2.1.4. <i>Customer Satisfaction</i> .....	22
2.1.5. <i>Brand Loyalty</i> .....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III .....	34
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....	34
3.1. Kerangka Konseptual (Model Penelitian) .....	34
3.2. Hipotesis .....	35
3.2.1. Pengaruh <i>Brand Activism</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	35
3.2.2. Pengaruh <i>Percieved Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	36

3.2.3. Pengaruh <i>Brand Reputation</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	36
3.2.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	37
3.2.5. Pengaruh <i>Brand Reputation</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
3.2.6. Pengaruh <i>Percieved Quality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	38
BAB IV .....	39
METODOLOGI PENELITIAN .....	39
4.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	39
4.2. Jenis Penelitian .....	39
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian.....	39
4.4. Unit Analisis.....	40
4.5. Populasi dan Sampel .....	40
4.5.1. Populasi.....	40
4.5.2. Sampel .....	40
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	41
4.6.1 Variabel Independen .....	41
4.6.2. Variabel Mediasi.....	41
4.6.3. Variabel Dependen .....	42
4.6.4. Definisi Operasional Variabel .....	43
4.7. Teknik Pengumpulan Data .....	47
4.7.1. Kuisinoer.....	47
4.8. Teknik Analisis Data .....	48
4.8.1. Statistik Deskriptif .....	48
4.8.2. <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS)</i> .....	48
4.8.3. Tahap Analisis .....	49
BAB V.....	52
HASIL PENLITIAN DAN ANALISIS .....	52
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
5.2 Hasil dan Analisis.....	53
5.2.1. Karakteristik Responden.....	53
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian .....	56
5.2.3 Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	62
a. <i>Convergent Validity</i> .....	62
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	64
c. <i>Composite Reliability</i> .....	65
5.2.4 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	65
a. <i>R-Square (R<sup>2</sup>)</i> .....	66

b. <i>F-Square</i> ( $F^2$ ) .....	67
c. Uji Hipotesis.....	68
5.2.5. Uji Pengaruh Tidak Langsung (Efek Mediasi).....	70
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	76
5.2.8 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi Penelitian Selanjutnya .....	81
BAB VI .....	83
PENUTUP.....	83
6.1 Kesimpulan.....	83
6.2 Saran .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman (2011-2024) .....	2
Gambar 1.2 Persentase Restoran Cepat Saji Paling Populer di Indonesia (2022) ..	4
Gambar 1.3 Tingkat Penjualan Mc Donald's di Indonesia (Tahun 2019-2022).....	5
Gambar 1.4 Penurunan Pangsa Pasar Mc Donald;s Pasca Boikot .....	9
Gambar 5. 1 Model Penelitian Terhadap Estimasi Awal ( <i>Outer Model</i> ).....	62
Gambar 5. 2 Model Penelitian Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	54
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	55
Tabel 5. 5 Kriteria Tiga Kotak ( <i>Three-box Method</i> ).....	57
Tabel 5. 6 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Activism</i> .....	57
Tabel 5. 7 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	58
Tabel 5. 8 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Reputation</i> .....	59
Tabel 5. 9 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	60
Tabel 5. 10 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	61
Tabel 5. 11 Nilai <i>Outer Loading</i> .....	63
Tabel 5. 12 Nilai <i>Average variance extracted (AVE)</i> .....	63
Tabel 5. 13 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	64
Tabel 5. 14 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	65
Tabel 5. 15 Nilai <i>R-Square</i> .....	66
Tabel 5. 16 Nilai <i>F-Square</i> .....	67
Tabel 5. 17 <i>Path Coefficients</i> .....	68
Tabel 5. 18 <i>Indirect Effect</i> .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian .....	91
Lampiran 2 : Hasil <i>Output Outer Model</i> .....	98
Lampiran 3 : Hasil <i>Output Inner Model</i> .....	99
Lampiran 4 : Hasil <i>Output SmartPLS 4.1</i> .....	100