

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN LAZATTO BATUKARAS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis



DEVIAN HERDIANA

12026122002

**PROGRAM STUDI S1 KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS TEKNOLOGI BISNIS
UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
SEPTEMBER 2026**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN LAZATTO BATUKARAS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis



DEVIAN HERDIANA
12026122002

PROGRAM STUDI S1 KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS TEKNOLOGI BISNIS
UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
SEPTEMBER 2026

ABSTRAK

Penelitian ini disusun dengan tujuan mengungkap dan mengkaji sejauh mana Citra Merek memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Lazatto Batukaras. Ketertarikan untuk mengangkat topik ini muncul seiring semakin ketatnya persaingan di industri makanan siap saji, ditambah adanya kecenderungan fluktuasi jumlah pengunjung yang datang ke Lazatto Batukaras. Kondisi tersebut menjadikan peran citra merek dalam membentuk kepuasan konsumen sebagai isu yang layak untuk ditelusuri lebih dalam.

Dari segi metodologi, penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif sekaligus asosiatif. Populasi yang menjadi sasaran kajian adalah konsumen Lazatto Batukaras, dengan jumlah responden sebanyak 97 orang yang diperoleh melalui teknik purposive sampling dan perhitungan rumus Slovin. Pengumpulan data lapangan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berskala Likert kepada responden terpilih. Selanjutnya, data yang terkumpul diolah melalui serangkaian pengujian, mulai dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji korelasi, uji koefisien determinasi, hingga uji hipotesis (uji F), dengan memanfaatkan program SPSS versi 25 sebagai alat bantu analisis.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa variabel Citra Merek Lazatto Batukaras tergolong dalam kategori Tinggi, dengan perolehan total skor sebesar 4.817. Kondisi serupa juga tampak pada variabel Kepuasan Konsumen yang berada pada kategori Tinggi dengan total skor 4.762. Melalui analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan $Y = 2.872,105 + 0,895X$, disertai nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,893 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,798. Angka ini mengindikasikan bahwa variabel Citra Merek berkontribusi menjelaskan 79,8% variasi yang terjadi pada Kepuasan Konsumen, sementara 20,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini. Adapun hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai F-hitung sebesar 375,476, yang lebih besar dibandingkan F-tabel sebesar 2,76, dengan taraf signifikansi 0,000 yang berada di bawah ambang batas 0,10. Berdasarkan hasil tersebut, H_0 dinyatakan ditolak sementara H_1 diterima. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa Citra Merek terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Lazatto Batukaras.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Regresi Linear Sederhana, Lazatto Batukaras

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the influence of Brand Image on Consumer Satisfaction at Lazatto Batukaras. The motivation behind this research stems from the increasingly intense competition within the fast-food industry, coupled with the fluctuating trend in the number of visitors to Lazatto Batukaras. This condition highlights the importance of examining the role of brand image in shaping consumer satisfaction.

Methodologically, this study employs a quantitative approach combining descriptive and associative methods. The population consists of consumers of Lazatto Batukaras, with a sample size of 97 respondents determined through purposive sampling technique and the Slovin formula. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a Likert scale. The collected data were then analyzed through validity testing, reliability testing, classical assumption testing, simple linear regression analysis, correlation testing, coefficient of determination testing, and hypothesis testing (F-test), with the assistance of SPSS version 25.

The findings reveal that the Brand Image of Lazatto Batukaras falls into the High category, with a total score of 4,817. Similarly, Consumer Satisfaction also falls into the High category, with a total score of 4,762. The simple linear regression analysis produced the equation $Y = 2,872.105 + 0.895X$, with a correlation coefficient (R) of 0.893 and a coefficient of determination (R^2) of 0.798, indicating that Brand Image accounts for 79.8% of the variation in Consumer Satisfaction, while the remaining 20.2% is influenced by other factors outside the scope of this study. The hypothesis testing results show an F-calculated value of 375.476, which is greater than the F-table value of 2.76, with a significance level of $0.000 < 0.10$. Therefore, H_0 is rejected and H_1 is accepted. It can thus be concluded that Brand Image has a positive and significant influence on Consumer Satisfaction at Lazatto Batukaras.

Keywords: Brand Image, Consumer Satisfaction, Simple Linear Regression, Lazatto Batukaras