

SKRIPSI



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

**PENGARUH *REBRANDING*, KUALITAS PELAYANAN,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PRODUK DJAWARA *MEAT SHOP*
CAKUNG PERUMDA DHARMA JAYA**

Disusun Oleh:

Nama : MOHAMMAD KAHFI ARDATAMA

NPM : 2032011287

Jurusan : ADMINISTRASI BISNIS

Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, 2023



**POLITEKNIK
STIA LAN**
J A K A R T A

**PNGARUH *REBRANDING*, KUALITAS PELAYANAN,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PRODUK DJAWARA *MEAT SHOP*
CAKUNG PERUMDA DHARMA JAYA**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Terapan**

Oleh

NAMA : MOHAMMAD KAHFI ARDATAMA

NPM : 2032011287

JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK

SKRIPSI

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, 2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MOHAMMAD KAHFI ARDATAMA
NPM : 2032011287
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK
JUDUL : PENGARUH *REBRANDING*, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK DJAWARA MEAT SHOP CAKUNG PERUMDA DHARMA JAYA

Diterima dan disetujui untuk dipertahankan

Pada 18 Desember 2023

Pembimbing



Budi Priyono, SE, MM.

LEMBAR PENGESAHAN

Diperiksa dan disahkan oleh Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Sarjana Terapan Politeknik STIA LAN Jakarta pada 18 Desember 2023.

Ketua Merangkap Anggota



(Tintin Sri Murtinah, SE, MM)

Sekretaris Merangkap Anggota

A blue ink signature in cursive script.

(Keisha Dinya S, ST, M.A.B)

Anggota

A blue ink signature in cursive script.

(Budi Priyono, SE, MM)

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Kahfi Ardatama

NPM : 2032011287

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

Konsentrasi : Perencana Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian Tugas Akhir yang telah saya buat ini dengan judul "PENGARUH *REBRANDING*, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS, PRODUK, TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DJAWARA *MEAT SHOP* CAKUNG PERUMDA DHARMA JAYA" merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari penulisan Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan atau ketentuan yang berlaku di Politeknik STIA LAN Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 18 Desember 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'POLITEKNIK STIA LAN' and 'JAWARA' and a numerical ID 'F0434M-X019724985'. The signature is written in a cursive style.

Mohammad Kahfi A

v

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT karena dengan berkat dan kemurahan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi Tugas Akhir ini, Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh *Rebranding* Kualitas Pelayanan Kualitas dan Produk terhadap Loyalitas Konsumen Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Terapan program studi Administrasi Bisnis Sektor Publik Politeknik STIA LAN Jakarta. Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari dosen pembimbing, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada Bapak Budi Priyono, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik. Selanjutnya peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Nurliah Nurdin, MA selaku direktur Politeknik STIA LAN Jakarta.
2. Bapak Muhammad Rizki, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Sektor Publik Politeknik STIA LAN Jakarta.
3. Para dosen dan karyawan Politeknik STIA LAN Jakarta yang telah mendidik peneliti selama mengikuti pendidikan perkuliahan di Politeknik STIA LAN Jakarta
4. Kedua orang tua peneliti, yang selalu memberikan perhatian, doa, dan dukungan yang sangat luar biasa selama peneliti melaksanakan perkuliahan dan menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Karyawan Perumda Dharma Jaya, yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian Tugas Akhir.

6. Kepada Kepala toko *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya beserta staff disana yang telah mengizinkan peneliti dalam mengumpulkan penelitian disana.
7. Sahabat-sahabat terbaikku dan rekan-rekan seperjuangan kampus Politeknik STIA LAN Jakarta terima kasih untuk dukungan moral dan segala bantuannya.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti sampaikan bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 18 Desember 2023

Peneliti

POLITEKNIK
STIA LAN
JAKARTA

MKA

ABSTRAK

Mohammad Kahfi Ardatama / 2032011287 / 2023 / Pengaruh *Rebranding*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Djawara Meat Shop Cakung Perumda Dharma Jaya / Budi Priyono, SE, MM

Konsumen merupakan aspek penting yang harus dijaga dan diperhatikan oleh perusahaan. Saat ini konsumen semakin selektif dalam menggunakan atau mengonsumsi produk barang atau jasa dipasaran karena semakin beragam produk barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Hal ini menjadi tantangan bagi *Meat Shop Cakung Perumda Dharma Jaya* agar membuat konsumen loyal terhadap produk barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *rebranding*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk Djawara *Meat Shop Cakung Perumda Dharma Jaya*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *Non probability sampling* dan menggunakan 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini, *rebranding* secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen karena nilai $t_{hitung} 0.198 < 1.66 t_{tabel}$ dan nilai signifikansi *rebranding* $0.84 > 0.05$, selanjutnya kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen karena nilai $t_{hitung} - 0,55 < 1.66 t_{tabel}$ dan nilai signifikansi kualitas pelayanan $0.57 > 0.05$, selanjutnya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen karena nilai $t_{hitung} 9.6 > 1.66 t_{tabel}$ dan nilai signifikansi kualitas produk $0.05 < 0.05$, kemudian apabila secara simultan *rebranding*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen karena nilai $f_{hitung} 86.076 > 2.70 f_{tabel}$. Berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh $Y = 0.651 + 0.015 X_1 - 0.050 X_2 + 0.881 X_3$.

Kata kunci: *Rebranding*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Produk Djawara

ABSTRACT

Mohammad Kahfi Ardatama / 2032011287 / 2023 / *The Influence of Rebranding, Service Quality, Product Quality on Consumer Loyalty of Djawara Meat Shop Cakung Perumda Dharma Jaya Products* / Budi Priyono, SE, MM

Consumers are an important aspect that companies must take care of and pay attention to. Consumers are currently an important aspect that must be maintained and considered by the company. Currently, consumers are increasingly selective in using or consuming goods or services on the market because of the increasing variety of goods or services provided by companies. This is a challenge for Meat Shop Cakung Perumda Dharma Jaya in order to make consumers loyal to the goods or services provided by the company. The purpose of this research was to determine rebranding, service quality, and product quality on consumer loyalty for Djawara Meat Shop Cakung Perumda Dharma Jaya products. This research uses a quantitative approach with the sampling technique used in this study using Non probability sampling and using 100 respondents. Based on the results of this study, the rebranding partially has no effect on consumer loyalty because the t_{value} is $0.198 < 1.66 t_{table}$ and the significance value of rebranding is $0.84 > 0.05$, then the service quality partially has no effect on consumer loyalty because the t_{value} is $-0.55 < 1.66 t_{table}$ and the significance value of service quality is $0.57 > 0.05$, then the product quality partially has a significant effect on consumer loyalty because the t_{value} is $9.6 > 1.66 t_{table}$ and the significance value of product quality is $0.05 < 0.05$, then simultaneously the rebranding, service quality, and product quality affect customer loyalty because the calculated f value is $86.076 > 2.70 f_{table}$. Based on multiple linear regression tests found $Y = 0.651 + 0.015 X_1 - 0.050 X_2 + 0.881 X_3$.

Keywords: Rebranding, Service Quality, Product Quality, Consumer Loyalty, Djawara Products

STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
BAB I.....	1
PERMASALAHAN PENELITIAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori.....	8
1. Konsep Rebranding.....	8
2. Konsep Kualitas Pelayanan.....	13
3. Konsep Kualitas Produk.....	17
4. Konsep Loyalitas Konsumen.....	21
5. Penelitian Terdahulu	27
B. Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya	31
C. Kerangka Berpikir	35
D. Hipotesis Penelitian.....	35

BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Metode Penelitian.....	37
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	37
C. Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Sumber Data	40
E. Instrumen Penelitian.....	41
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas.....	49
G. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	50
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN.....	55
A. Penyajian Data	55
B. Pembahasan	57
C. Sintesis Pemecahan Masalah	85
BAB V.....	91
PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
DAFTAR LAMPIRAN.....	102

J A K A R T A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pesaing Meat Shop Cakung Perumda Dharma Jaya.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	41
Tabel 3.2 Skala Likert	44
Tabel 3.3 Uji Validitas Instrumen Rebranding	45
Tabel 3.4 Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan	46
Tabel 3.5 Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk	47
Tabel 3.6 Uji Validitas Instrumen Loyalitas Konsumen	48
Tabel 3.7 Cronbach Alpha	49
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2 Usia Responden.....	58
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.4 Pendapatan Responden	60
Tabel 4.5 Media Sosial Yang Sering Digunakan Responden	61
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Rebranding	62
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	70
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	74

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas	81
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda	81
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi Rebranding (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	83
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	83
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	84
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Rebranding (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Kualitas Produk (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	85
Tabel 4.18 Uji T Sintesis Pemecahan Masalah.....	86
Tabel 4.19 Uji F Sintesis Pemecahan Masalah.....	90

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Uji Normalitas	79



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Penjualan Meat Shop Cakung Tahun 2022 2



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

BAB I

PERMASALAHAN PENELITIAN

A. Latar Belakang

Dalam ranah bisnis, konsumen menjadi aspek krusial yang harus tetap dijaga dan diperhatikan oleh setiap perusahaan atau organisasi. Pada era saat ini para konsumen semakin selektif dalam menggunakan atau mengonsumsi produk yang disediakan perusahaan. Salah satu penyebab yang membuat konsumen menjadi selektif dalam menggunakan produk karena semakin beragam produk yang dipasarkan oleh perusahaan dan karena harga produk tersebut tidak berbeda jauh, sehingga membuat konsumen mempunyai beberapa pilihan terhadap produk yang dipasarkan oleh perusahaan.

Loyalitas konsumen adalah aset paling berharga bagi perusahaan. Loyalitas konsumen adalah komitmen jangka panjang konsumen terhadap perusahaan dan produknya yang ditunjukkan dalam perilaku dan sikap setia dengan menggunakan produk secara teratur dan berulang, membuat perusahaan beserta produk yang disediakan menjadi komponen penting dari proses konsumsi yang dilakukan konsumen. Loyalitas konsumen adalah suatu komitmen konsumen terhadap suatu perusahaan, produk, dan merek yang ditunjukkan dengan sikap konsumen yang sangat positif dan wujud perilaku pembelian ulang oleh konsumen (Priansa, 2021, p. 216).

Selain memberikan keuntungan bagi perusahaan, konsumen yang telah loyal selalu menggunakan produk yang disediakan oleh perusahaan juga mereka dapat memberikan referensi kepada orang lain mengenai pengetahuan dan pengalamannya tentang produk yang disediakan oleh perusahaan. Membentuk konsumen loyal tidak mudah, perusahaan harus menerapkan strategi yang baik bagi para konsumen. Menurut Griffin dalam (Priansa, 2021, p. 218) konsumen yang loyal akan memberikan dampak positif kepada perusahaan yakni perusahaan akan

menekan biaya pemasaran karena biaya untuk mendapatkan konsumen baru cenderung mengeluarkan biaya yang besar. Kemudian keuntungan lain yang akan didapatkan jika konsumen loyal adalah menaikkan penjualan silang *cross selling*, yang artinya perusahaan dapat menjual produk lain yang disediakan kepada konsumen loyal.

Meat Shop Cakung merupakan unit bisnis yang dimiliki Perumda Dharma Jaya yang menyediakan berbagai produk daging yang meliputi daging sapi, ayam, dan ikan beserta produk olahan atau turunannya. *Meat Shop* Cakung merupakan salah satu unit bisnis yang berbentuk toko daging milik Perumda Dharma Jaya untuk meningkatkan penjualan komersial kepada masyarakat khususnya yang ada di daerah Cakung Jakarta Timur.



Grafik 1.1 Data Penjualan Meat Shop Cakung Tahun 2022

Sumber: Data Penjualan Perumda Dharma Jaya

Berdasarkan Grafik 1.1 terlihat, penjualan produk pada *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya fluktuatif. Penjualan pada bulan tertentu mengalami

kenaikan penjualan kemudian setelah itu mengalami penurunan penjualan yang cukup tinggi. Tentu saja hal ini menjadi permasalahan yang membuat *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya harus membuat para konsumennya tetap loyal kepada perusahaan dengan menggunakan strategi agar konsumen selalu membeli produk kebutuhannya pada Perumda Dharma Jaya dan menjadikan Perumda Dharma Jaya menjadi pilihan pertama dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Pada tahun 2023 Perumda Dharma Jaya melakukan *rebranding* pada produk daging sapi, ayam, dan ikan dengan nama baru yakni Djawara. Produk Djawara ini disediakan untuk segmentasi pangsa pasar konsumen atau pelanggan retail. Setiap produk daging yang disediakan Perumda Dharma Jaya ini masing-masing produknya mempunyai nama baru dari hasil *rebranding* yaitu Djawara Meat untuk produk daging sapi, Djawara Chicken untuk daging ayam, serta Djawara Fish untuk daging ikan. Target produksi dari produk Djawara ini sebesar 3.500 ton, dengan rincian Djawara Meat 1500 ton, Djawara Chicken 1500 ton, dan Djawara Fish 500 ton.

Berdasarkan pernyataan dari Raditya Endra Budiman selaku Direktur Utama Perumda Dharma Jaya, “Tujuan dari strategi *rebranding* dilakukan perusahaan sebagai upaya untuk mendongkrak komersial bisnis perusahaan gambar logo dan kemasan dari produk tersebut serta merubah slogan pada produk. Selain itu produk *rebranding* ini diproses dengan standar kualitas lebih baik agar dapat diterima oleh masyarakat luas”.

Menurut (Ilviendri & Sari, 2021, p. 87) variabel *rebranding* memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen TVRI kota Padang. Kemudian penelitian oleh (Sofiaty et al., 2018, p. 257) variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian tersebut seluruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memberikan dampak positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Cardila et al., 2019, p. 6775) hasil penelitiannya menjelaskan bahwa kualitas produk mempengaruhi loyalitas konsumen. Maksudnya adalah semakin tinggi kualitas produk maka akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk kartu prabayar Smartfren di kota Denpasar.

Pada pangsa pasar di DKI Jakarta terdapat beberapa perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama dengan Perumda Dharma Jaya. Hal ini tentu saja menjadi permasalahan bagi perusahaan karena konsumen memiliki berbagai pilihan dalam menentukan pada produk daging yang akan dibeli dan dikonsumsi. Menurut (Chalil et al., 2020, p. 168) faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan *rebranding* yaitu karena perubahan target pasar Perumda Dharma Jaya yang ingin memperbesar jangkauan pangsa pasar untuk masyarakat luas dan juga karena keberadaan pesaing dan potensi perusahaan pendatang baru dengan bidang sejenis.

Tentu perusahaan harus bisa menjaga agar para konsumen yang dimilikinya loyal terhadap produk yang disediakan perusahaan dengan tidak memilih atau menggunakan produk lain yang disediakan kompetitor. Berikut ini Tabel 1.1, yang menunjukkan beberapa pesaing *Meat Shop Cakung*.

Tabel 1.1

Daftar Beberapa Pesaing *Meat Shop Cakung*

No	Nama Perusahaan/Toko Daging Pesaing	Lokasi Perusahaan	Bentuk Kepemilikan
1	BBF Meat Shop	Jalan Otto Iskandardinata, Jatinegara, Jakarta Timur.	Swasta
2	Meat Shop Toko Tani Pangkalan Jati	Jalan Pahlawan Revolusi, Duren Sawit, Jakarta Timur	Swasta

3	Toko Daging Joinhed	Jalan Raya Kalimalang, Duren Sawit, Jakarta Timur.	Swasta
4	Toko Daging Aluna	Jalan Kebon Nanas Selatan, Jatinegara, Jakarta Timur	Swasta

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1, terdapat beberapa pesaing *Meat Shop* Cakung. Besarnya tingkat persaingan pada bidang perdagangan daging tersebut menjadi salah satu alasan mengapa Perumda Dharma Jaya menerapkan strategi pemasaran *rebranding* untuk mendapatkan konsumen baru atau menjaga konsumen agar tetap loyal dengan perusahaan. Ditambah lagi Perumda Dharma Jaya adalah BUMD milik Pemprov DKI Jakarta yang dimana seharusnya mereka menjadi *market leader* pada pasar industri perdagangan daging pada pangsa pasar DKI Jakarta. Perumda Dharma Jaya menjamin kualitas dan pelayanan seluruh produk Djawara tetap terjaga dengan baik. Selain itu produk Djawara dijamin agar kesegarannya tetap terjaga.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan dua faktor penting yang saling beriringan untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Yang dimana apabila perusahaan menyediakan suatu produk selain kualitas produk harus baik maka kualitas pelayanan yang diberikan harus baik juga. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan (Artiza & Juwita, 2021, p. 147) bahwa cara yang dapat digunakan agar meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan begitu diharapkan dapat membuat konsumen untuk kembali melakukan transaksi. Kemudian berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sampelan et al., 2015) bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Apabila perusahaan

meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanannya maka membuat loyalitas konsumen meningkat.

Berdasarkan latar belakang tersebut permasalahan adalah loyalitas konsumen. Peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Rebranding*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti dapat memberikan identifikasi masalah dari latar belakang tersebut yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *rebranding* terhadap loyalitas konsumen produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya?
4. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan *rebranding*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas konsumen produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *rebranding* terhadap loyalitas konsumen produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya.

3. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan *rebranding*, kualitas pelayanan, kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas konsumen produk Djawara *Meat Shop* Cakung Perumda Dharma Jaya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat untuk kepentingan dunia akademis dan manfaat bagi dunia praktis, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Kepentingan Dunia Akademis

Hasil penelitian ini akan membuat peneliti menambah khasanah dalam ilmu perilaku konsumen, khususnya terkait loyalitas konsumen.

2. Manfaat Bagi Kepentingan Dunia Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi positif bagi perusahaan khususnya dalam sektor industri perdagangan daging untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh *rebranding*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.