

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, REPUTASI MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA PRODUK MI INSTAN INDOMIE**

**(Pada Mahasiswa Di Enam Perguruan Tinggi Di Kota Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**ALVIN DWIKI DANUARTA**

**1502010045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, REPUTASI MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA PRODUK MI INSTAN INDOMIE**

**(Pada Mahasiswa Di Enam Perguruan Tinggi Di Kota Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**ALVIN DWIKI DANUARTA**

**1502010045**

**Diterima dan disetujui oleh :**

**Pembimbing**



**Arini Hidayah, S.E., M.Si.**

**NIK/NIP : 2160341**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alvin Dwiki Danuarta  
NIM : 1502010045  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Januari 2019

Yang membuat pernyataan,



Alvin Dwiki Danuarta




## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Alvin Dwiki Danuarta  
NIM : 1502010045  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : **Pengaruh Daya Tarik Iklan, Reputasi Merk, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Mi Instan Indomie (Pada Mahasiswa Di Enam Perguruan Tinggi Di Kota Purwokerto).**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Arini Hidayah, S.E., M.Si. (  )  
Anggota 1 : Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si, Ph.D. (  )  
Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si. (  )

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 22 Januari 2019

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akhmad Darmawan, S.E., M.Si.

NIK. 2160148

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahil'alamiin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, M.H, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D., yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
6. Purnadi, S.E., M.Si., yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Putri Dwi Cahyani, S.E., M.Sc., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi dan dukungan serta arahan untuk penulis dalam melaksanakan studi akademik di masa perkuliahan.

8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
9. Kedua orang tua saya, Letkol Laut (KH) Imam Subekti, S.H., M.H., dan Eny Noviyanti, S.H., kedua kakak saya Andrew Isvan Perdana, S.Ak., dan Gilang Vidiansyah Putra, S.T., serta adik saya Emir Izra Yudha Wiratama, yang senantiasa mendoakan, memberi nasihat, semangat, dan motivasi kepada saya selama proses studi dan penyusunan skripsi.
10. Keluarga besar Sidam Sarengat dan Abu Bakar atas dukungan dan doa yang telah diberikan.
11. Emilia Tri Yuli Astuti terima kasih atas segala bantuan, semangat, nasihat, dan selalu ada baik itu disaat senang maupun susah hingga terselesaikannya skripsi ini.
12. Untuk sahabat-sahabat pejuang skripsi, terima kasih atas canda tawa, masukan, semangat, motivasi, doa dan segala bentuk persahabatan yang luar biasa selama ini.
13. Teman-teman Manajemen A 2015 yang telah berjuang bersama dan memberikan berbagai macam kenangan selama perkuliahan.
14. Serta berbagai pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, Januari 2019

Penulis,



Alvin Dwiki Danuarta

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alvin Dwiki Danuarta  
NIM : 1502010045  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, REPUTASI MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA PRODUK MI INSTAN INDOMIE**

**(Pada Mahasiswa Di Enam Perguruan Tinggi Di Kota Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada tanggal 22 Januari 2019  
Yang menyatakan,



Alvin Dwiki Danuarta

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, REPUTASI MEREK, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PRODUK MI INSTAN INDOMIE  
(Pada Mahasiswa Di Enam Perguruan Tinggi Di Kota Purwokerto)**

Alvin Dwiki Danuarta<sup>1</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[alvindanuarta98@gmail.com](mailto:alvindanuarta98@gmail.com)

Arini Hidayah, S.E., M.Si.<sup>2</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[arinihidayah@ump.ac.id](mailto:arinihidayah@ump.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan, reputasi merek, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk mi instan Indomie. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di enam perguruan tinggi di kota Purwokerto, yaitu mahasiswa dari UMP, mahasiswa dari UNSOED, mahasiswa dari UHB, mahasiswa dari IAIN, mahasiswa dari Amikom, dan mahasiswa dari ST3 TELKOM. Sampel pada penelitian ini adalah sebesar 120 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Variabel daya tarik iklan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel reputasi merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan variabel daya tarik iklan, reputasi merek, dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Reputasi Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

***THE INFLUENCE OF ADVERTISING, BRAND REPUTATION, AND  
PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY  
IN MI INSTANT INDOMIE PRODUCTS  
(For Students in Six Universities in Purwokerto City)***

Alvin Dwiki Danuarta<sup>1</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[alvindanuarta98@gmail.com](mailto:alvindanuarta98@gmail.com)

Arini Hidayah, S.E., M.Si.<sup>2</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[arinihidayah@ump.ac.id](mailto:arinihidayah@ump.ac.id)

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of advertising attractiveness, brand reputation, and product quality on customer loyalty in Indomie instant noodle products. This study uses quantitative research methods, sampling techniques using purposive sampling. The population in this study were students in six high schools in the city of Purwokerto, namely students from UMP, students from UNSOED, students from UHB, students from IAIN, students from Amikom, and students from ITT TELKOM. The sample in this study was 120 respondents. The research method used in this study is validity test, reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination, F test, and t test. The variable attractiveness of advertising has a significant positive effect on customer loyalty, brand reputation variables have a significant positive effect on customer loyalty, product quality variables have a significant positive effect on customer loyalty. Simultaneously the variable attractiveness of advertising, brand reputation, and product quality has a significant positive effect on customer loyalty.*

*Keywords: Ad Attractiveness, Brand Reputation, Product Quality, Customer Loyalty*

## MOTTO

Hiduplah kamu seperti akan mati besok,  
Dan berbahagialah seperti kamu akan hidup selamanya.

(Alvin Dwiki Danuarta)



## PERSEMBAHAN



***Kupersembahkan skripsi ini kepada :***

*Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Imam Subektu dan Ibu Eny Noviyanti) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini. Kedua Kakakku serta adikku tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>MOTTO</b> .....	x
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Tujuan .....	8
E. Manfaat .....	9
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
A. Landasan Teori .....	10
1. Daya Tarik Iklan .....	10
2. Reputasi Merek .....	11
3. Kualitas Produk .....	14
4. Loyalitas Pelanggan .....	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	16
C. Kerangka Pemikiran .....	18
1. Hubungan Daya Tarik Iklan Dengan Loyalitas Pelanggan .....	18
2. Hubungan Reputasi Merek Dengan Loyalitas Pelanggan .....	18
3. Hubungan Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan .....	19
4. Hubungan Daya Tarik Iklan, Reputasi Merek, dan Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan .....	19
D. Hipotesis .....	21
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	22
A. Jenis Penelitian .....	22
B. Populasi Dan Sampel .....	22
1. Populasi .....	22
2. Sampel .....	23
C. Metode Pengumpulan Data .....	24

D. Variabel Penelitian .....	26
1. Variabel Independen .....	26
2. Variabel Dependen .....	26
E. Definisi Operasional .....	27
F. Metode Analisis Data .....	28
1. Uji Instrumen .....	28
2. Uji Asumsi Klasik .....	29
3. Uji Regresi .....	30
<b>BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Hasil Penelitian .....	38
1. Gambaran Umum Produk Mi Instan Indomie .....	38
2. <i>Respon Rate</i> .....	39
3. Gambaran Umum Responden .....	40
4. Uji Instrumen .....	43
5. Uji Asumsi Klasik .....	48
6. Uji Regresi .....	51
B. Pembahasan .....	59
1. Hipotesis Pertama .....	60
2. Hipotesis Kedua .....	62
3. Hipotesis Ketiga .....	64
4. Hipotesis Keempat .....	66
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
A. Simpulan .....	69
B. Keterbatasan Penelitian .....	70
C. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	26
Tabel 4.1 <i>Respon Rate</i> .....	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi .....	41
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Mi Instan Yang Sering Dibeli .....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan .....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Reputasi Merek .....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas .....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Metode Uji Park .....	51
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi .....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	55
Tabel 4.17 Statistik Rekapitulasi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	61
Tabel 4.18 Statistik Rekapitulasi Variabel Daya Tarik Iklan .....	63
Tabel 4.19 Statistik Rekapitulasi Variabel Reputasi Merek .....	65
Tabel 4.20 Statistik Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama .....	33
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	35
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga .....	36
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat .....	37
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama .....	56
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua .....	58
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga .....	58
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	74
Lampiran 2 : <i>Respon Rate</i> .....	81
Lampiran 3 : Deskripsi Responden .....	82
Lampiran 4 : Data Penelitian Jawaban Responden .....	83
Lampiran 5 : Hasil Analisis Rekapitulasi Jawaban Responden .....	96
Lampiran 6 : Uji Instrumen .....	104
Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik .....	109
Lampiran 8 : Uji Regresi .....	111
Lampiran 9 : R Tabel .....	112
Lampiran 10 : F Tabel .....	113
Lampiran 11 : t Tabel .....	114
Lampiran 12 : Kartu Tanda Mahasiswa .....	115

