

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

(Studi Pada Pelanggan Cardinal di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

**Oleh:
KRIS HENDRIANTO
1602010068**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

(Studi Pada Pelanggan Cardinal di Purwokerto)



SKRIPSI

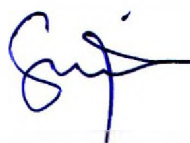
Disusun Oleh :

KRIS HENDRIANTO

1602010068

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang bertanda tangan dibawah ini :

Pembimbing



Dra. Tri Sentin Muji Rahayu, M.Si

NIK. 2160128

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Kris Hendrianto
NIM : 1602010068
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan Diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si. ()
Penguji 1 : Arini Hidayah, S.E., M.Si. ()
Penguji 2 : Restu Frida Utami, S.E., M.Si. ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 12 Agustus 2020

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kris Hendrianto
NIM : 16020100468
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, 12 Agustus 2020
Yang Membuat Pernyataan



Kris Hendrianto

MOTTO

"Hanya ada dua kata di dunia berani dan sangat berani"

"Jangan pernah takut untuk mencoba be brave"

KRIS HENDRIANTO

"Everybody is a genius. But if you judge a fish by its ability to climb a tree, it will live its whole life believing that it is stupid"

ALBERT EINSTEIN

"Cintailah seseorang sewajarnya dan sayangi ala kadarnya, People get change"

KRIS HENDRIANTO

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran ALLAH SWT atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan penuh kerendahan hati dan tetap semangat, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berjasa dan sangat penting bagi penulis.

*Untuk kedua orangtua penulis, Bapak Bambang dan Ibu Khotimah, serta teman saya
Riko Juni Setianto dan Astuti .*

Terimakasih atas semua do'a dan motivasi yang telah diberikan. Semoga ALLAH SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek".

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Saya 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. Hj. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
2. Drs. Suyoto, M.Si. dan Ika Yustina Rachmawati, S.E, M.Sc. Selaku Ketua dan Wakil Program Studi Manajemen yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Dra, Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku dosen penguji I dan Restu Frida Utami, S.E., M.Si selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang sangat membangun, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf 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 yan diberikan.
6. Kedua orang tua saya, Bapak Bambang dan Ibu Khotimah serta yang selalu memberikan motivasi dan dukunganya baik dalam bentuk moral maupun

material, serta selalu mendo'akan penulis, sehingga penulis dimudahkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Nenek tercinta mbah Kasih, yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan motivasi sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis dalam menghadapi setiap rintangan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terimakasih Riko, Fendi, Haryadi, Reza, Anggit, Faris, Damar, Goding, Herfana, Arthur, Wasiudin, Bayu, Livia, Riski, Astuti dan masih banyak lagi yang selalu memberikan nasehat semangat sehingga penulis dimudahkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas B angkatan 2016, semangat dan sukses untuk kita semua be brave.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga semua amal kebaikan kalian mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis mohon maaf apabila telah melakukan banyak kesalahan yang penulis lakukan baik disengaja maupun tidak. Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu Wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak

Purwokerto, 12 Agustus 2020

Penulis



Kris Hendrianto

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kris Hendrianto
NIM : 1602010068
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

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

“PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK”.

(studi pada pelanggan produk cardinal di Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informatkan, 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 sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 12 Agustus 2020
Yang menyatakan



Kris Hendrianto

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK**
(Studi Pada Pelanggan Cardinal di Purwokerto)

Kris Hendrianto⁽¹⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
krishendri7@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu⁽²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
septinharyanto@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap loyalitas merek. Pengumpulan data menggunakan alat bantu kuesioner. Sampel dari penelitian ini adalah pelanggan Cardinal di Purwokerto. Metode yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan 100 sampel yang memenuhi berbagai kriteria yang telah ditentukan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas merek. Citra merek berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas merek. Kepercayaan merek berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas merek. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk dan Loyalitas Merek.

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN PRODUCT QUALITY ON BRAND LOYALTY

(Study of cardinal costumerson Purwokerto)

Kris Hendrianto⁽¹⁾

Faculty of Economic and business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
¹krihendri7@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu⁽²⁾

Faculty of Economic and business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
²septinharyanto@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, brand trust and product quality on brand loyalty. Data collection using a questionnaire tool. The sample of this study was Cardinal customers in Purwokerto. The method used is nonprobability sampling with 100 samples that meet various predetermined criteria. The results of this study state that brand image, brand trust and product quality simultaneously influence brand loyalty. Brand image has a significant negative effect on brand loyalty. Brand trust has a significant negative effect on brand loyalty. Product quality has a significant positive effect on brand loyalty.

Keywords : *Brand Image, Brand Trust, Product Quality and Brand Loyalty.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II	
A. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen.....	9
3. Loyalitas Merek.....	10
4. Citra Merek	12
5. Kepercayaan Merek.....	14
6. Kualitas Produk	15
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran.....	20
1. HubunganCitra merek dengan loyalitas merek.....	20

2. Hubungan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek....	21
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	24
B. Populasi dan Sampel	25
C. Metode Pengumpulan Data.....	27
D. Variabel Penelitian.....	28
E. Definisi Operasional	29
F. Metode Analisis Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Cardinal.....	41
B. Hasil Penelitian.....	42
C. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	62
2. Pengaruh Kepercayaan merek Terhadap Loyalitas Merek..	64
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek.....	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	68
B. Keterbatasan Peneliti	68
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	