

**PENGARUH CITRA MEREK KEPERCAYAAN MEREK
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA di Lingkungan
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Nur Aprima Wiratmoko

1402010213

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

2018

**PENGARUH CITRA MEREK KEPERCAYAAN MEREK
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA di Lingkungan
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Nur Aprima Wiratmoko

1402010213

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

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK KEPERCAYAAN MEREK
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK**
(Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA di Lingkungan
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO)



SKRIPSI

Oleh :

Nur Aprima Wiratmoko

1402010213

Diterima dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Tri Septin Muji Rahayu'.

Dra. Tri Septin Muji Rahayu. M.Si
NIK. 2160128




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Nur Aprima Wiratmoko
NIM : 1402010213
Program Studi : Manajemen S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek AMDK galon merek AQUA dilingkungan Universitas Muhammadiyah purwokerto.

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, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu M.Si. ()
Anggota 1 : Hermin Endratno SE, M.Si. ()
Anggota 2 : Putri Dwi Cahyani SE, M.Si. ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 16 Januari 2018



Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Akhmad Darmawan, SE., M.Si.
NIK. 2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Aprima Wiratmoko

NIM : 1402010213

Program Studi : Manajemen S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik 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 2018

Yang membuat pernyataan



Nur Aprima Wiratmoko

MOTTO

- ❖ Tiba Masa Tiba Akal (ustad Khalid basalamah)
- ❖ Tak ada salahnya bermimpi, tapi jangan lupa melihat kenyataan (All might-Boku no Hero Akademia)
- ❖ Kau tidak akan tau sebelum mencobanya (Midoriya Izuku-Boku no Hero Akademia)
- ❖ Arti menjadi lelaki adalah sekali kau menetapkan hatimu, maka kau tidak boleh merubahnya (oga tatsumi-beelzebub)



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak dan Ibuku tercinta (Wiwit Budi Suwiyono dan Ibu Sulasmiasih) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini.

Adikku tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan doa selama ini.

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. Ibu Dra Tri Septin Muji Rahayu M.Si. selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat pada waktunya.
5. 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.
6. Untuk kedua orang tua Bapak Wiwit Budi Suwiyono, Ibu Sulasmiasih dan adik saya Arif Nur Akbar Rizki. yang selalu memberikan dukungan moral maupun materil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga

penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.

7. Untuk sahabat-sahabat pejuang skripsi, Ian Sapangat, Bagus Andy Prabowo, Aulia Rahman Riyadi, Pujo Tri Darmanto, Pradipta Baskara Putra, Faizal Januar Latif, dan Feri Riyanto terima kasih atas canda tawa, masukan, semangat, motivasi, doa dan segala bentuk persahabatan yang luar biasa selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas D angkatan 2014. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 29 Januari 2018

Penulis

Nur Aprima Wiratmoko

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

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

Nama : Nur Aprima Wiratmoko
NIM : 1402010213
Program Studi : Manajemen S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan
terhadap Loyalitas Merek AMDK galon merek AQUA dilingkungan
Universitas Muhammadiyah purwokerto**

beserta perangkat yang ada jika diperlukan. Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Muhammdiyah 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 : Januari 2018
Yang menyatakan,



Nur Aprima Wiratmo

**PENGARUH CITRA MEREK KEPERCAYAAN MEREK
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA di
Lingkungan
Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Nur Aprima Wiratmoko¹, Tri Septin Muji Rahayu²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA di Lingkungan Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Teknik sampling yang digunakan adalah Purposive Sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Merek. Secara parsial Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel Loyalitas Merek, Sedangkan Variabel Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Loyalitas Merek.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek

**THE EFFECT OF BRAND BRAND BRAND
AND CUSTOMER SATISFACTION ON BRAND LOYALTY
(Study on Consumers of Drinking Water In AQUA Brand Growth Package in
Environment University Muhammadiyah Purwokerto)**

Nur Aprima Wiratmoko¹, Tri Septin Muji Rahayu²

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of Brand Image, Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty Study on Consumers of Drinking Water In AQUA Brand Growth Package in Environment University Muhammadiyah Purwokerto. The sampling technique used is Purposive Sampling. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that Brand Image, Brand Trust and Customer Satisfaction simultaneously have a significant positive impact on Brand Loyalty. Partially Brand Trust and Customer Satisfaction have a significant positive effect on Brand Loyalty variable, While Brand Image Variables partially no significant positive effect on Brand Loyalty Variables.

Keywords : *Brand Image, Brand Trust, Customer Satisfaction, Brand Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Pemikiran	15
D. Hipotesis	18
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	19
B. Populasi dan Sampel	19
C. Metode Pengumpulan Data.....	21
D. Variabel Penelitian.....	21
E. Definisi Operasional	22
F. Metode Analisis Data.....	24
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	33
B. Pembahasan	36
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	58
C. Keterbatasan Penelitian.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Top Brand Index	1
Tabel 1.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 1.3 <i>Respon Rate</i>	34
Tabel 1.4 Deskripsi Responden.....	35
Tabel 1.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek (X_1)	37
Tabel 1.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X_2).....	38
Tabel 1.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X_3).....	38
Tabel 1.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Merek (Y)	39
Tabel 1.9 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 1.10 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	41
Tabel 1.11 Hasil Uji Multikolinieritas	42
Tabel 1.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Pengujian Glejser	43
Tabel 1.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
Tabel 1.14 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	46
Tabel 1.15 Hasil Uji F	47
Tabel 1.16 Hasil Uji t.....	49
Tabel 1.17 Nilai <i>Cut off</i> dari Butir Pernyataan Kuesioner Loyalitas Merek	52
Tabel 1.18 Nilai <i>Cut off</i> dari Butir Pernyataan Kuesioner Citra Merek.....	54
Tabel 1.19 Nilai <i>Cut off</i> dari Butir Pernyataan Kuesioner Kepercayaan Merek ...	55
Tabel 1.20 Nilai <i>Cut off</i> dari Butir Pernyataan Kuesioner Kepuasan pelanggan...72	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 2.2 Kurva Uji F.....	30
Gambar 2.3 Kurva Uji t.....	32
Gambar 2.4 Kurva Penolakan/Penerimaan Hipotesis Pertama	48
Gambar 2.5 Kurva Penolakan/Penerimaan Hipotesis Kedua.....	50
Gambar 2.6 Kurva Penolakan/Penerimaan Hipotesis Ketiga	50
Gambar 2.7 Kurva Penolakan/Penerimaan Hipotesis Keempat.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Data Respon Rate	68
Lampiran 3 Data Populasi Responden	68
Lampiran 4 Nilai Tabulasi Data.....	71
Lampiran 8 Hasil Statistik Deskriptif Karakteristik Responden.....	83
Lampiran 9 Uji Validitas.....	84
Lampiran 10 Uji Reliabilitas.....	88
Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik	90
Lampiran 12 Uji Analisis Data	92
Lampiran 13 Tabel r, t, F	94

