

**Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan
Merek terhadap Loyalitas Merek Pada Air Mineral Sajuak Di
Kota Padang**

SKRIPSI



Rayhan Gifari Ilsa
1910011211141

DOSEN PEMBIMBING:
Zeshasina Rosha S.E, M.si

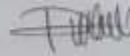
**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2024**

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek, terhadap Loyalitas Merek pada Air Mineral Sajuak di Kota Padang" merupakan hasil karya saya dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 07 Agustus 2024



Rayhan Gifari Isa

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA AIR MINERAL SAJUK DI KOTA PADANG

Oleh:
Nama: Rayhan Giffari Ihsa
NPM: 1910011211141

Tim Penguji

Ketua


(Zethusiana Firdha, S.E., M.Si.)

Sekretaris


(Rendi Yulviona, S.E., MM., Ph.D.)

Anggota


(Nailal Husna, S.E., M.Si.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 15 Agustus 2024

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Dekan



(Dr. Eri Febrina Harahap, S.E., M.Si.)

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPuasan
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA AIR MINERAL SAJUK DI
KOTA PADANG**

Oleh:

Nama: Rayhan Rifari Isa

NPM: 1910011211141

Telah dipertahankan di depan Tim Pengajar
Pada Tanggal 15 Agustus 2024

Menyetujui

Pembimbing

(Zeshanira Rizki, S.E., M.Si)

Ketua Program Studi

(Linda Wati, S.E., M.Si)

KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Alla SWT. atas rahmat dan karunia-NYA penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek pada air mineral Sajuak di Kota Padang”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi strata 1 (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan dalam pembuatannya, penulis berterima kasih banyak kepada dosen pembimbing ibu Zeshasina Rosha, S.E., M.Si. yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan, motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu dengan rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Mufri S.E dan Ibu Sandra Dewani yang selalu memberikan kasih sayang, do’a tulus dan motivasi serta dukungan baik secara moril dan material tanpa henti kepada penulis.
2. Ibu Prof. Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta
3. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.

4. Ibu Linda Wati, S.E., M. Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
5. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M. Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
6. Ibu Rika Desiyanti S.E., M.Si., Ph.D selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran tentang perkuliahan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Segenap bapak/ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta yang telah bersedia memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan.
8. Terakhir, semua pihak dan teman-teman seperjuangan yang tidak dapat penulis sebutkan satu peratu yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan yang telah memberikan dukungan dan kebersamaan penulis dalam menyelesaikan studi dan pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen khususnya pemasaran.

Padang, 7 Agustus 2024

Rayhan Gifari Ilsa

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA AIR
MINERAL SAJUAK DI KOTA PADANG**

Rayhan Gifari Ilsa, Zeshasina Rosha
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
Email: rayhangifariilsa@gmail.com, zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 80 orang dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSS. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek, sedangkan kepercayaan merek dan kepuasan merek secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas merek pada air mineral Sajuak di Kota Padang.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan merek dan Loyalitas Merek.

INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST AND BRAND SATISFACTION ON BRAND LOYALTY ON SAJUAKE MINERAL WATER IN PADANG CITY

Rayhan Gifari Ilsa, Zeshasina Rohsa

Management Department, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

Email: rayhangifariilsa@gmail.com, zeshasina.roscha@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand image, brand trust and brand satisfaction on brand loyalty. The sample in this study consisted of 80 people with purposive sampling technique. The data analysis method in this study uses the IBM SPSS programme. The results showed that brand image has no effect on brand loyalty, while brand trust and brand satisfaction partially have a positive effect on brand loyalty in Sajuak mineral water in Padang City.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Brand Satisfaction and Brand Loyalty

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Loyalitas Merek	8
2.1.1.1 Definisi Loyalitas Merek.....	8
2.1.1.2 Pentingnya Loyalitas Merek	9
2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek.....	10
2.1.2 Citra Merek	13
2.1.2.1 Definisi Citra Merek	13
2.1.2.2 Terbentuknya Citra Merek	15
2.1.3 Kepercayaan Merek	16
2.1.3.1 Definisi Kepercayaan Merek.....	16
2.1.3.2 Keterkaitan Kepercayaan Merek dengan Loyalitas Merek.....	18
2.1.4 Kepuasan Merek	19

2.1.4.2 Peran Kepuasan Merek dalam Mendorong Terbentuknya Loyalitas Merek	20
2.2 Pengembangan Hipotesis	21
2.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	21
2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek	22
2.2.3 Pengaruh Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek	23
2.3 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.3 Metode Pengambilan Sampel	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.5.1 Variabel Dependen Loyalitas Merek	28
3.5.2 Variabel Independen	28
3.5.2.1 Citra Merek	28
3.5.2.2 Kepercayaan Merek	29
3.5.2.3 Kepuasan Merek	30
3.6 Skala Pengukuran	30
3.7 Uji Instrumen	31
3.7.1 Uji Validitas	31
3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.7.3 Analisis Deskriptif	32
3.8 Metode Analisis Data	34
3.8.1 Pengujian Asumsi Klasik	34

3.8.1.1 Uji Normalitas	34
3.8.1.2 Uji Multikolinieritas	35
3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas	35
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.9 Pengujian Hipotesis (Uji t-statistik)	36
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Analisis Hasil Penelitian	38
4.1.1 Demografis Responden.....	38
4.2 Hasil Pengujian Instrumen	41
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	41
4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	44
4.3 Statistik Deskriptif.....	45
4.3.1 Deskriptif Variabel Loyalitas Merek	45
4.3.2 Deskriptif Variabel Citra Merek	46
4.3.3 Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	48
4.3.4 Deskriptif Variabel Kepuasan Merek	50
4.4 Hasil Pengujian Normalitas.....	51
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	52
4.6 Pembahasan	54
4.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek Pada Air Mineral Sajuak di Kota Padang.....	54
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Pada Air Mineral Sajuak di Kota Padang	55
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek Pada Air Mineral Sajuak di Kota Padang.....	57
BAB V PENUTUP.....	59

5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi Penelitian.....	59
5.3 Keterbatasan dan Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Variabel.....	30
Tabel 3.2 Kriteria Factor Loading.....	31
Tabel 3.3 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)	33
Tabel 4.1 Prosedur Pelaksanaan Survei	38
Tabel 4.2 Demografis Responden	39
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Merek	41
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek	42
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Kepercayaan.....	43
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Kepercayaan.....	44
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	44
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Loyalitas Merek	45
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Citra Merek	47
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	49
Tabel 4.11 Deskriptif Variabel Kepuasan Merek	50
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Normalitas	52
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis	52

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1 Persaingan Pangsa Pasar Air Mineral dalam Kemasan di Kota Padang Tahun 2020 – 2023 Dalam Satuan Persentase.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Demografis Responden.....	72
Lampiran 3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Merek	82
Lampiran 4 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Loyalitas Merek	83
Lampiran 5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek	84
Lampiran 6 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Citra Merek	85
Lampiran 7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Merek	86
Lampiran 8 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek	87
Lampiran 9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Merek	88
Lampiran 10 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan Merek.....	89
Lampiran 11 Statistik Deskriptif Variabel	90
Lampiran 12 Hasil Pengujian Hipotesis.....	91
Lampiran 13 Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	93
Lampiran 14 Deskriptif Variabel Citra Merek.....	95
Lampiran 15 Deskriptif Variabel Kepercayaan	97
Lampiran 16 Deskriptif Variabel Kepuasan Merek.....	99