**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta menyatakan :

**Nama : Eko Saputra**

**NPM : 0910011211016**

**Program Study : Strata Satu (S1)**

**Jurusan : Manajemen**

**JudulSkripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Ajinomoto Di Kota Padang**

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan **Lulus** dalam ujian komprehensif pada hari **Jumat, 06 februari 2015**

**PEMBIMBING SKRIPSI**

|  |  |
| --- | --- |
| **Pembimbing I**  **Dahliana Kamener, MBA** | **Pembimbing II**  **Reni Yuliviona, S.E, M.M** |

Disetujuioleh

DekanFakultasEkonomi Bung Hatta

**Yuhelmi, S.E, M.M.**

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan terlebih dahulu kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir dengan judul “**Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Ajinomoto di Kota Padang ”.** Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar, yang telah membantu penulis secara moril maupun materil. Dan tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Ibu Yuhelmi, S.E, M.M,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
2. **Ibu Dr. Erni Febrina** Harahap S.E, M.Si selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
3. Bapak **Surya Dharma, S.E, M.Si** selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
4. **Ibu Dahliana Kamener, MBA** , selaku pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penulisan ini.
5. **Ibu Reni Yuliviona, S.E, M.M** selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
6. **Ibu Irda, S.E, M.A** dan **Ibu Lindawati ,S.E, M.Si** selaku penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi penguji dalam pengujian comprehensif penulis.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat se jurusan Manajemen (yang telah bersama-sama bahu membahu dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua yang kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang).

Penulis menyadari bahwa skripsi, yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua, terima kasih.

Padang, Januari 2015

**Eko Saputra**



Segenap asma keagungan hanya untukMu ya Allah SWT, Rabbi sekalian alam

Dan shalawat beserta salam kepada nabi Muhamad Rasulullah SAW

Sesungguhnya di samping kesulitan itu ada kemudahan

Maka apabila engkau telah selesai ( mengerjakan sesuatu pekerjaan)

Kerjakanlah pekerjaan lain

Dan hanya kepada Tuhanmu ( sajalah ) kamu berharap

( QS.Alam Nasyrah 6-8)

Ya Allah..............

Tiada yang terucap dari mulutku

Kecuali menunuju kebesaranMu

Karena kehendak dan izinMu

Aku mampu menunaikan suatu perjuanganKu

Secercah harapan telah Kugenggam

Sepenggal asa telah Kuraih

Terima kasih ya Allah engkau tlah memberikan kesempatan

Untuk membahagiakan orang-orang yang Kucintai dan Kusayangi

Namun.......

Kusadari perjuanganKu belum usai

Tujuan akhir belum Kucapai

Esok dan lusa aku masih berhenti sampai disini

Aku percaya disetiap langkahKu

Kau akan slalu menyertaiKu

Ya Allah........

Aku menyadari sepenuhnya apa yang telah Kuperbuat sampai kini

Belum mampu membalas tetesan keringat Orang tuaKu

kepadaMu ya Allah aku memohon

jadikanlah keringat mereka

sebagai untaian mutiara disaat mereka lara

sebagai penyejuk dikala mereka dahaga

Mama......

Masih Kuingat ada sebongkah cita-cita

Dalam tatapan matamu

Dan harapan yang begitu besar kepadaKu

Agar aku bisa menjadi yang terbaik

Dalam setiap perkataanMu selalu berisi doa untukKu

Yang membuatku semakin mengerti apa artinya hidup ini

Kini cita-cita dan harapan itu telah kugapai

Papa........

Kuingat selalu ada sebuah asa dalam raut wajahmu

Di antara butir-butir keringatMu yang bercucuran

Peluh mu bagai air,menghilangkan haus dalam dahaga

Hingga daraku tak membeku

Susah payah lelah

Namun kau tak pernah peduli

Demi anakMu agar dapat meraih asa dan cita

Kini..............

Asa itu telah kuraih demi kalian

Ku persembahkan setetes keberhasilan ini

Sebagai tanda bukti atas pengorbanan, perhatian, cinta

Dan kasih sayang yang telah kalian berikan

Yang tak pernah mampu Kuganti

Terima kasih atas semuanya

Selalu berusaha memberikan yang terbaik dari diriku

Hingga suatu saat

Allah pun memberikan kesempatan padaKu

Untuk membahagiakan kalian

**P E R N Y A T A A N**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini 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 diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, Januari 2015

**Penulis**

**Eko Saputra**

**Created: Eko Saputra**

**Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Ajinomoto Di Kota Padang**

**Oleh :**

**Eko Saputra**

**0910011211016**

Abstrack

*Ajinomoto is the one of food company wich seasoning product with umami concept there is five basic flavor after sweat, salty,acid and bitter. In this case, at Indonesia ajinomoto the has long been competi with brand flavor of other companies such as sasa and royco. Purposed of this research is to examine the impact of brand image and trust of consumer loyalty of ajionomoto. The population of this research is all consumer that buying ajionomoto ,sample of this reasarch is the consumers who buying the seasoning of ajinomoto. The technical sampling is purposive sampling. The method of the research by using descriptif analysis and multiple regression analysis. The impact result of this research is show that brand image and trust is founded positive and significant on consumen loyalty.*

***Keyword*** *: brand image, trust, consumen loyalty*

**Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Ajinomoto Di Kota Padang**

**Oleh :**

**Eko Saputra  
0910011211016**

Abstrack

*Ajinomoto adalah salah satu perusahaan penyedaap rasa dengan kosep rasa umami. adalah salah satu dari lima rasa dasar setelah manis, asin, asam dan pahit. Dalam hal ini, di Indonesia Ajinomoto telah lama bersaing dengan penyedap rasa lainnya seperti sasa, dan royco. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Ajinomoto. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Ajinomoto sebanyak 100 orang responden. Dengan metode purposive sampling. Metode yang di gunakan adalah analisa deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah citra merek dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.*

***Keyword*** *: citra merek, kepercayaan dan loyalitas konsumen*

**DAFTAR ISI**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI………………………………………… i**

**KATA PENGANTAR………………………………………………………... ii**

**PERNYATAAN………………………………………………………………. vii**

**ABSTRACK…………………………………………………………………... viii**

**ABSTRACK…………………………………………………………………... ix**

**DAFTAR ISI…………………………………………………………………... x**

**DAFTAR TABEL…………………………………………………………….. xii**

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar belakang masalah 1

1.2 rumusan masalah 4

1.3 tujuan penelitian 4

1.4 manfaat penelitian 5

**BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGUJIAN HIPOTESIS**

2.1 Landasan teori 6

2.1.1 loyalitas konsumen 6

2.1.2 citra merek 10

2.1.2.1 pengukuran citra merek 14

2.1.3 kepercayaan 15

2.2 tinjauan penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis 19

2.2.1 pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan 19

2.2.2 pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan 20

2.3 kerangka konseptual 20

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Objek penelitian 22

3.2 populasi dan sampel 22

3.2.1 populasi 22

3.2.2 sampel 22

3.3 jenis dan sumber data 23

3.3.1 jenis data 23

3.3.2 sumber data 23

3.4 teknik pengumpulan data 24

3.5 defenisi operasional variabel dan pengukuran variabel 24

3.5.1 variabel independent 24

3.5.1.1citra merek 24

3.5.1.2 kepercayaan 25

3.5.2variabel dependent 25

3.5.2.1loyalitas pelanggan 25

3.6 skala pengukuran variabel 26

3.7 pengujian instrumen 26

3.7.1 uji validitas 26

3.7.2 uji reliabilitas 27

3.8 uji asumsi klasik 27

3.8.1 uji normalitas 27

3.8.2 uji multikolinearitas 28

3.8.3 uji heteroskedastisitas 28

3.9 teknik analisis data 29

3.9.1 analisa deskriptif 29

3.9.2 analisa regresi linear ganda 29

3.10 uji hipotesis 30

3.10.1 uji f 30

3.10.2 uji T-tes statistik 31

3.10.3 uji koefisien determinasi (R2) 31

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 deskriptif umum responden 33

4.1.1 profil responden berdasarkan jenis kelamin 33

4.1.2 profil responden berdasarkan umur 34

4.1.3 profil responden berdasarkan pekerjaan 35

4.1.4 profil responden berdasarkan pendidikan terakhir 35

4.1.5 profil responden berdasarkan pendapatan perbulan 36

4.1.6 profil responden berdasarkan domisili di kota padang 37

4.2 uji inferensial 37

4.2.1 uji validitas 37

4.2.1.1 uji validitas variabel loyalitas konsumen 38

4.2.1.2 uji validitas variabel citra merek 38

4.2.1.3 uji validitas kepercayaan 40

4.3 uji reabilitas 42

4.4 analisa deskriptif 43

4.4.1 rata-rata dan TCR variabel loyalitas konsumen 44

4.4.2 rata-rata dan TCR variabel citra merek 45

4.4.3 rata-rata dan TCR variabel kepercayaan 46

4.5 uji asumsi klasik 47

4.5.1 uji normalitas 47

4.5.2 uji multikoleniaritas 48

4.5.3 uji heteroskedastisitas 49

4.6 analisi regresi linier berganda 49

4.7 hasil uji koefisien determinasi (R2) 50

4.8 uji kelayakan model (uji F statistik) 51

4.9 uji hipotesis 51

4.10 pembahasan 52

4.10.1 pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan 52

4.10.2 pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan 53

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 kesimpulan 55

5.2 keterbatasan penelitian 55

5.3 saran penelitian 56

Daftar pustaka 57

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 tabel keluhan data market share penyedap rasa makanan 2

Tabel 1.2 tabel top brand indeks award 3

Tabel 4.1 tabel profil responden berdasarkan jenis kelamin 32

Tabel 4.2 tabel profil responden berdasarkan umur 32

Tabel 4.3 tabel profil responden berdasarkan pekerjaan 33

Tabel 4.4 tabel profil responden berdasarkan pendidikan terakhir 33

Tabel 4.5 tabel profil responden berdasarkan pendapatan per bulan 34

Tabel 4.6 tabel profil responden berdasarkan domisili kota padang 35

Tabel 4.7tabel uji validitas loyalitas pelanggan 36

Tabel 4.8 tabel uji validitas citra merektahap 1 37

Tabel 4.9 tabel uji validitas citra merek tahap 2 38

Tabel 4.10 tabel uji validitas kepercayaan tahap 1 39

Tabel 4.11 tabel uji validitas kepercayaan tahap 2 40

Tabel 4.12 tabel ujireabilitas 41

Tabel 4.13 tabelrata-rata dan TCR variabel loyalitas konsumen 42

Tabel 4.14 tabel rata-rata dan TCR variabel citra merek 43

Tabel 4.15 tabel rata-rata dan TCR variabel kepercayaan 44

Tabel 4.16 tabel uji one-sample kolmogorov-smirnov 45

Tabel 4.17 tabel hasil uji multikolinieritas 46

Tabel 4.18 tabel uji heteroskedastisitas 47

Tabel 4.19 tabel hasil nalisis regresi linier berganda 48

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 kerangka konseptual 19