

**PENGARUH PERCEIVED QUALITY, BRAND AWARENESS DAN BRAND
PERSONALITY TERHADAP BRAND LOYALTY PADA UKM “BONA” DI
KARIMUN KEPULAUAN RIAU**

SKRIPSI



Oleh:

**Muhammad Afiqra Mastiansyah
1810011211060**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Muhammad Afiqra Mastiansyah

NPM : 1810011211060

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Quality, Brand Awareness, dan Brand Personality* Terhadap *Brand Loyalty* Pada "UKM" Bona di Karimun Kepulauan Riau

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Jumat, 22 Juli 2022.

Pembimbing

Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D

Disetujui oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa dengan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Quality, Brand Awareness, dan Brand Personality* Terhadap *Brand Loyalty* Pada UKM “Bona” di Karimun, Kepulauan Riau” merupakan hasil karya saya dan merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dituliskan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya dalam daftar pustaka.

Padang, 18 Juli 2022

Penulis

M. Afiqra Mastiansyah

PENGARUH PERCEIVED QUALITY, BRAND AWARENESS DAN BRAND PERSONALITY TERHADAP BRAND LOYALTY PADA UKM “BONA” DI KARIMUN KEPULAUAN RIAU

M. Afiqra Mastiansyah¹, Dahliana Kamener²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: afiqramastiansyah93@gmail.com, dahlianakamener@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris Pengaruh *Perceived Quality*, *Brand Awareness* dan *Brand Personality* Terhadap *Brand Loyalty* pada UKM "Bona" di Karimun, Kepulauan Riau. *Brand loyalty* adalah kegiatan pembelian berulang oleh konsumen dalam suatu periode waktu tertentu dengan emosi positif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen "Bona" di Karimun dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diteliti yaitu 100 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini dibantu dengan bantuan program Smart PLS 3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *perceived quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. Untuk variabel *brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. Begitu juga dengan variabel *brand personality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci: *Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Personality, Brand Loyalty*

THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY, BRAND AWARENESS AND BRAND PERSONALITY ON BRAND LOYALTY AT UKM "BONA" IN KARIMUN, KEPULAUAN RIAU

M. Afiqra Mastiansyah¹, Dahliana Kamener²

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

E-mail: afiqramastiansyah93@gmail.com, dahlianakamener@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to obtain empirical evidence of the influence of Perceived Quality, Brand Awareness and Brand Personality on Brand Loyalty in UKM "Bona" in Karimun, Kepulauan Riau. Brand loyalty is a repeat purchase activity by consumers within a certain period of time with positive emotions. The population in this study were all consumers "Bona" in Karimun with purposive sampling method. The number of samples studied were 100 respondents. The analysis used in this study was assisted with the help of the Smart PLS 3 program. The results of the analysis show that the perceived quality variable has a significant influence on brand loyalty. The brand awareness variable has no significant effect on brand loyalty. Likewise, the brand personality variable has no significant effect on brand loyalty.

Keywords: Perceived Quality, Brand Awareness, Brand Personality, Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Perceived Quality, Brand Awareness, dan Brand Personality Terhadap Brand Loyalty pada UKM “Bona” Di Karimun, Kepulauan Riau.”** Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi strata 1 (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menemukan banyak kesulitan dan hambatan pada kondisi pademi saat ini. Penulis juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Teristimewa kepada ayah dan bunda tercinta, Bapak Masrizal dan Ibu Luccyyati yang selalu memberikan kasih sayang, do'a tulus dan motivasi serta dukungan baik secara moril dan materil tanpa henti kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA 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 Herawati, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Linda Wati S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Bapak dan Ibu dosen yang mengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Ibu Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk bimbingan dalam memberikan ilmu, saran, motivasi,

dan kritikan serta sabar dalam membimbing penulis hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

9. Kakakku Siti Primadinda Mastya yang telah memberikan dukungan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman seperjuangan Zet Faiz Muhammadi yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman seperjuangan seluruh anggota KDA *Reborn* dan seluruh teman yang membantu @burger.malaya di Padang.
12. Terimakasih untuk wanita-wanita yang sudah menemani hari-hari saya selama saya menempuh pendidikan S1.
13. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

Padang, 18 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	4
ABSTRAK.....	5
ABSTRACT.....	6
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Pendahuluan.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Pendahuluan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 <i>Grand Theory</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3 <i>Brand Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4 <i>Perceived Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5 <i>Brand Awareness</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6 <i>Brand Personality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.7 Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

2.7.1 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
2.7.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
2.7.3 Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
2.8 Kerangka KonseptualError! Bookmark not defined.
2.9 KesimpulanError! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIANError! Bookmark not defined.
3.1 PendahuluanError! Bookmark not defined.
3.2 Jenis PenelitianError! Bookmark not defined.
3.3 Objek, Populasi dan Sampel PenelitianError! Bookmark not defined.
3.3.1 ObjekError! Bookmark not defined.
3.3.2 PopulasiError! Bookmark not defined.
3.3.3 SampelError! Bookmark not defined.
3.4 Jenis dan Sumber DataError! Bookmark not defined.
3.5 Definisi Operasional VariabelError! Bookmark not defined.
3.5.1 <i>Brand Loyalty</i>Error! Bookmark not defined.
3.5.2. <i>Perceived Quality</i>Error! Bookmark not defined.
3.5.3. <i>Brand Awareness</i>Error! Bookmark not defined.
3.5.4. <i>Brand Personality</i>Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisis DataError! Bookmark not defined.
3.6.1 <i>Measurement Model Assessemment</i>Error! Bookmark not defined.
3.6.2 <i>R Square dan Q square</i>Error! Bookmark not defined.
3.6.3 <i>Structural Model Assessemment</i>Error! Bookmark not defined.
3.6.4 Analisis DeskriptifError! Bookmark not defined.
3.7 KesimpulanError! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.

4.1 Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
4.2 Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Personality</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4 <i>Measurement Model Assessment</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 <i>Convergent Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 <i>Discriminant Validity</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT) Ratio</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5 <i>Inner Model</i> atau <i>Structural Model Assessment</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 R Square	Error! Bookmark not defined.
4.6. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.7 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1 Pengaruh <i>perceived quality</i> terhadap <i>brand loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.2 Pengaruh <i>brand awareness</i> terhadap <i>brand loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
4.7.3 Pengaruh <i>brand personality</i> terhadap <i>brand loyalty</i>	Error! Bookmark not defined.
4.8 Kesimpulan Bab 4.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Keterbatasan.....	Error! Bookmark not defined.

5.3 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Survey awal <i>Brand Loyalty</i> “Bona” di Karimun	6
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR).....	29
Tabel 4.1 Profil Responden	31
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	33
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i>	34
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i>	35
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap <i>Brand Personality</i>	36
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	38
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	39
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Compoosite Realibility</i>	40
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	41
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	41
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	42
Tabel 4.12 <i>Heterotrait-Monotrait</i> (HTMT) <i>Ratio</i>	44
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>R Square</i>	45
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Model Struktural.....	44
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner.....	60
Lampiran II Hasil Kuesinoner.....	65
Lampiran III Profil Responden.....	67
Lampiran IV Hasil Penelitian.....	68