

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA *SKINCARE*
MEREK *SOMETHINC* DI KOTA PADANG**

Skripsi



Oleh:

DIVA HENDRIANA
1810011211095

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2022**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT beserta junjungan besar Nabi Muhammad SAW, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY PADA SKINCARE MEREK SOMETHINC DI KOTA PADANG”

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap,S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
2. Ibu Herawati,S.E.,M.Si.,Ak.,CA. Selaku wakil dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
3. Ibu Lindawati, S.E.,M.Si selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Purbo Jadmiko,S.E.,M.Si selaku sekretasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Mery Trianita,S.E.,M.M Selaku pembimbing yang meluangkan waktu dan memberikan pengaruh dan membimbing penulis dengan penuh kesabarandengan menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

7. Kedua orang tua Ayahanda Hendri dan Ibunda Dona Indrayani, serta kakak dan adik yang selalu memberi dukungan dan doa untuk kelancaran dan kesuksesan dalam perkuliahan ini
8. Seluruh teman seperjuangan Manajemen 2018 yang bahu membahu dalam suka maupun duka selama perkuliahan
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Dan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang

Dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun kepustakaan, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan perlu evaluasi lebih lanjut agar benar-benar bermanfaat. Penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun demi perbaikan dimasa mendatang, terima kasih.

Hormat Saya

Diva Hendriana

LEMBAR PENGESAHAN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Diva Hendriana

Npm 1810011211095

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Skincare Merek Somethinc di Kota Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Kamis, 21 Juli 2022.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Mery Trianita, S.E, M.M

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

PERNYATAAN

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 dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 29 Juli 2022

Divia Hendriana

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA *SKINCARE* MEREK
SOMETHINC DI KOTA PADANG**

Oleh

Diva Hendriana
Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta Padang
E-Mail:

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh *brand awareness*, dan *brand image* terhadap *brand loyalty* pada skincare merek Somthinc di Kota Padang. Pada penelitian ini digunakan sebanyak 60 orang responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan proses penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif yang dengan menggunakan analisis regresi berganda dan pengujian t-statistik. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan *brand awareness* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty* dalam menggunakan skincare merek Somethinc di Kota Padang, sedangkan *brand image* juga berpengaruh positif terhadap *brand loyalty* pada skincare merek Somethinc di Kota Padang.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Brand Image & Brand Loyalty*

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA *SKINCARE* MEREK
SOMETHINC DI KOTA PADANG**

Oleh

Diva Hendriana
Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta Padang
E-Mail:

Abstract

This study aims to prove and analyze the effect of brand awareness, and brand image on brand loyalty in Somthinc's skincare brand in Padang City. In this study used as many as 60 respondents who were selected using purposive sampling method. The collection of data and information was carried out by distributing questionnaires using a google form. The data analysis method used is quantitative using multiple regression analysis and t-statistical testing. Data processing is done by using the SPSS program. Based on the results of testing the first hypothesis, it was found that brand awareness has a positive effect on brand loyalty in using Somethinc brand skincare in Padang City, while brand image also has a positive effect on brand loyalty in Somethinc brand skincare in Padang City.

Keywords: Brand Awareness, Brand Image & Brand Loyalty

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
Abstrak	vi
Abstract	vii
DAFTAR ISI	1
BAB I.....	6
PENDAHULUAN.....	6
1.1 Latar Belakang.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Brand Loyalty.....	14
2.1.1 Definisi <i>Brand Loyalty</i>	14
2.1.2 Indikator Pengukuran Brand Loyalty	15
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Loyalty.....	16
2.2 Brand Awareness.....	18
2.2.1 Definisi <i>Brand Awareness</i>	18
2.2.2 Indikator Pengukuran Brand Awareness.....	19
2.3 Brand Image	20
2.4 Pengembangan Hipotesis	24
2.4.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Brand Loyalty.....	24
2.4.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty	25
2.5 Kerangka Konseptual	26
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29

3.4 Defenisi Operasional Variabel	29
3.4.1 Variabel Dependen	29
3.4.2 Variabel Independen.....	30
3.5 Pengukuran Instrumen	31
3.6 Metode Analisis Data.....	31
3.7 Uji Instrumen.....	31
3.7.1 Uji Validitas.....	31
3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.8 Metode Analisis Data.....	33
3.8.1 Analisis Model Regresi Linear Berganda	33
3.9 Pengujian Hipotesis	33
3.9.1 Uji t-statistik	33
3.9.2 Uji F-statistik.....	34
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	35
BAB IV.....	36
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Demografis Responden.....	36
4.1.1 Prosedur Pengambilan Sampel.....	36
4.1.2 Identitas Umum Responden.....	37
4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Hasil Pengujian Validitas	39
4.2.3 Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	39
4.2.4 Hasil Pengujian Variabel Brand awareness	40
4.2.5 Hasil Pengujian Validias Variabel <i>Brand Image</i>	41
4.2.6 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	42
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	43
4.4 Analisis Regresi Berganda	44
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t-statistik)	46
4.6 Hasil Pengujian F-statistik	47
4.7 Analisis Koefisien Determinasi	48

4.8 Pembahasan.....	49
4.8.1 Pengaruh <i>Brand awareness</i> Terhadap <i>Brand loyalty</i> Dalam Menggunakan Skincare Merek Somethinc	49
4.8.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand loyalty Pada Skincre Merek Somethinc	50
BAB V	52
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	52
5.3 Implikasi	53
5.4 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

3.1 Pengukuran Instrumen.....	32
4.1 Prosedur Penyebaran Kuisisioner	37
4.2 Identitas Umum Responden.....	38
4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Brand Loyalty	41
4.4 Hasil Pengujian Variabel Brand Awareness.....	42
4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Brand Image	43
4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	44
4.7 Hasil Analisis Regresi Berganda	45
4.8 Hasil Pengujian Hipotesis (Uj t- statistik)	47
4.9 Hasil Pengujian F-Statistik	48
4.10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Deskriptif Responden
2. Hasil Pengujian Validitas Variabel Brand Loyalty
3. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Brand Loyalty
4. Hasil Pengujian Validitas Variabel Brand Awareness
5. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Brand Awareness
6. Hasil Pengujian Validitas Variabel Brand Image
7. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Brand Image
8. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian
9. Hasil Pengujian Normalitas
10. Hasil Pengujian Asumsi Klasik
11. Hasil Pengujian Hipotesis