

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Pada Distro 3Second Royal Plaza)

SKRIPSI



OLEH :

ABID RACHA SYAHPUTRA

19042010101

KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Distro 3Second Royal Plaza)**

Disusun Oleh :

ABID RACHA SYAHPUTRA

NPM 19042010101

Telah Disetujui Untuk Megikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Ir. LISA SUDI SYAWATI, M.M.
NIP. 195802251987032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH BRAND IMAGE DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Pada Distro 3Second Royal Plaza)

Disusun Oleh :

ABID RACHA SYAHPUTRA
NPM 19042010101

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 24 Februari 2023

Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA



Ir. LISA SULISTYAWATI, MM
NIP. 195802231987032001

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dr. ACEP SAMSUDIN, S.Sos., M.M., MA
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris

Dr. JOJOK DWIRIDHOTJAHJONO, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

3. Anggota

Ir. LISA SULISTYAWATI, MM
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abid Racha Syahputra

NPM : 19042010101

Program Studi: Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI PADA DISTRO 3SECOND ROYAL PLAZA SURABAYA)**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku

Surabaya, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Abid Racha Syahputra

NPM. 19042010101

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Brand Image dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Distro 3Second Royal Plaza Surabaya)”**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Dan penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos.,M.M.,MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa

Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Distro 3Second Royal Plaza Surabaya yang telah memberikan ketersediaan waktu dan tempat untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat di harapkan demi kesempurnaan proposal ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Mafaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian terdahulu	11
2.2 Landasan teori	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	18

2.2.1.4 Bauran Pemasaran.....	20
2.2.1.5 Unsur-unsur Pemasaran	23
2.2.2 Citra Merek.....	25
2.2.2.1 Pengertian Citra Merek	25
2.2.2.2 Faktor-faktor Citra Merek.....	25
2.2.2.3 Indikator Citra Merek.....	26
2.2.2.4 Manfaat Citra Merek.....	27
2.2.2.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	28
2.2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	30
2.2.3.3 Konsep Kepuasan Pelanggan	32
2.2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	34
2.2.3.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan	36
2.2.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	38
2.2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	38
2.2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	39
2.2.4.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	43
2.2.4.5 Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	45
2.3 Kerangka Berpikir.....	45
2.4 Hipotesis	47

BAB III	49
METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.3 Populasi, Sampel,dan Teknik Penarikan Sampel	53
3.3.1 Populasi Penelitian.....	53
3.3.2 Sampel Penelitian	53
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1 Jenis Data.....	55
3.4.2 Sumber Data	56
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 Teknik Analisis Data	58
3.5.1 Uji Validitas.....	58
3.5.2 Uji Reliabilitas	59
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	60
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6 Uji Hipotesis.....	65
3.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	65
3.6.2 Uji t (Parsial).....	67
3.7 Jadwal Penelitian	71
BAB IV	72
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	72

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Penyajian Data	72
4.1.1 Gambarn Umum Obyek Penelitian.....	72
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	72
4.1.1.2 Struktur Organisasi	74
4.1.1.3 Sumber Daya Manusia (SDM).....	74
4.1.1.4 Visi dan Misi Perushaan	76
4.1.2 Penyajian Data	76
4.1.2.1 Deskripsi Karaktristik Responden	76
4.1.2.2 Deskripsi data Dari Jawaban Responden	79
4.2 Analisis Dan Pengujian Hipotesis	86
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	86
4.2.1.1 Uji Validitas	86
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	87
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.2.2.1 Uji Normalitas	88
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	89
4.2.2.3 Uji Heteroskedasitas.....	90
4.2.2.4 Uji Autokorelasi	91
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	92
4.2.4 Uji Hipotesis	94
4.2.4.1 Uji Simultan (F)	94
4.2.4.2 Uji Parsial (T).....	97
4.3 Pembahasan	101

4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	101
4.3.2 Pengaruh Secara Simultan	104
4.3.3 Pengaruh Secara Parsial.....	105
4.3.3.1 Pengaruh Brand Image (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	105
4.3.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	107
4.3.4 Matriks Hasil Penelitian.....	108
BAB V.....	113
KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan 3Second.....	7
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	71
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	76
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis usia	77
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan	78
Tabel 4. 4 Deskripsi variabel Brand Image.....	79
Tabel 4. 5 Deskripsi variabel Kepuasan Pelanggan	81
Tabel 4. 6 Deskripsi variabel Loyalitas Pelanggan	84
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi	92
Tabel 4. 12 Analisa Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan.....	94
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial	97
Tabel 4. 15 Matriks Hasil Penelitian.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Uji Simultan	67
Gambar 3. 2 Uji Parsial.....	70
Gambar 4. 1 Logo 3Second.....	73
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	74
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedasitas	91
Gambar 4. 4 Kurva Uji F.....	96
Gambar 4. 5 Kurva Uji T Brand Image (X1).....	99
Gambar 4. 6 Kurva Uji T Kepuasan pelanggan (X2).....	101

ABSTRAK

ABID RACHA SYAHPUTRA 19042010101, PENGARUH BRAND IMAGE DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand image dan kepuasan pelanggan secara simultan dan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Distro 3Second Royal Plaza Surabaya. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan Distro 3Second Royal Plaza Surabaya dengan menggunakan teknik non-probability sampling. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa brand image dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian produk pada Distro 3Second Royal Plaza Surabaya. Pengaruh secara parsial, brand image secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

ABID RACHA SYAHPUTRA 19042010101, THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY

Customer loyalty is a very important factor for a company to maintain its business continuity. The purpose of this study was to determine the effect of brand image and customer satisfaction simultaneously and partially on customer loyalty at 3Second Royal Plaza Surabaya Distro. Data collection techniques with questionnaires. A sample of 100 respondents who are customers of the 3Second Royal Plaza Surabaya Distro uses a non-probability sampling technique. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of hypothesis testing show that brand image and customer satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty in purchasing products at 3Second Royal Plaza Surabaya Distro. Partial influence, brand image partially has a significant effect on customer loyalty and customer satisfaction partially has no significant effect on customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty