

**“PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
SEREAL SARAPAN PAGI ENERGEN”**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**ALFITRIANI ANDHARESTI**

**NPM 19042010034**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEREAL SARAPAN**

**PAGI ENERGEN**

**Disusun Oleh :**

**ALFITRIAN LANDHARESTI  
NPM. 19042010034**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi**

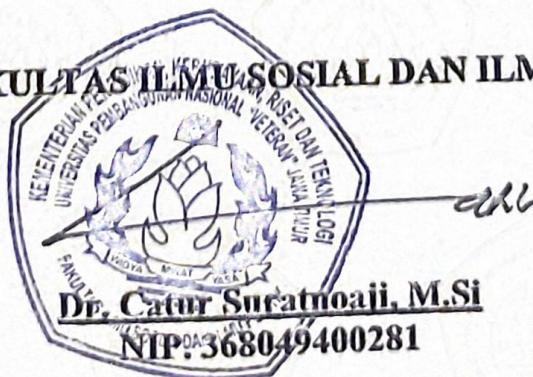
**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**

  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP. 196009241993032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEREAL SARAPAN PAGI  
ENERGEN

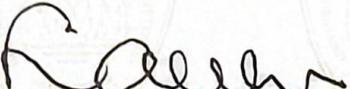
Disusun Oleh :

ALFITRIANI ANDHARESTI  
NPM 19042010034

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Progam Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 28 Februari 2023

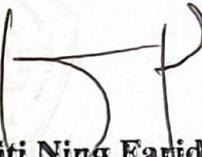
Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP. 196009241993032001

TIM PENGUJI

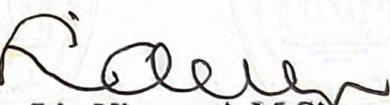
1. Ketua

  
Dr. Siti Ning Farida, M.Si  
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris

  
Dr. Nurhadi, M.Si  
NIP. 196902011994031001

3. Anggota

  
Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 368049400281

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

NAMA : Alfitriani Andharesti

N P M : 19042010034

Prodi Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**“Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap  
Loyalitas Pelanggan Sereal Sarapan Pagi Energen”**

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 plagiarism dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Februari 2023

Yang Menyatakan



Alfitriani Andharesti  
NPM. 19042010034

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sereal Sarapan Pagi Energen”**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat serta motivasinya kepada penulis. Selain itu, peneliti juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik berupa moril, spiritual dan juga materil. Untuk itu peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A selaku Ketua 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.

4. Kedua Orang Tua, keluarga, dan sanak saudara yang selalu memberikan dukungan dan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Teman-teman sesama dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman sekolah yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan Tahun 2019 yang saling memberikan dukungan satu sama lain sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan penelitian skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, Februari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	
<b>DAFTAR ISI.....</b>	ii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	v
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	vi
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	1
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	8
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	9
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	11
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	11
<b>2.2 Landasan Teori.....</b>	14
<b>2.2.1 Pemasaran.....</b>	14
<b>2.2.2 Merek.....</b>	23
<b>2.2.3 Kualitas Produk.....</b>	32
<b>2.2.4 Kepercayaan Konsumen .....</b>	38
<b>2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....</b>	40
<b>2.3 Hubungan Antar Variabel.....</b>	45
<b>2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....</b>	45
<b>2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....</b>	45
<b>2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan .</b>	46
<b>2.4 Kerangka Berpikir .....</b>	46

<b>2.5 Hipotesis .....</b>	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	49
<b>3.1 Jenis penelitian.....</b>	49
<b>3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variable.....</b>	49
<b>3.2.1 Definisi Operasional .....</b>	49
<b>3.2.2 Pengukuran Variabel.....</b>	52
<b>3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....</b>	55
<b>3.3.1 Populasi .....</b>	55
<b>3.3.2 Sampel .....</b>	56
<b>3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....</b>	58
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	59
<b>3.4.1 Jenis Data .....</b>	59
<b>3.4.2 Sumber Data .....</b>	59
<b>3.4.3 Pengumpulan Data .....</b>	59
<b>3.5 Teknik Analisis Data .....</b>	60
<b>3.5.1 Teknik Analisis .....</b>	60
<b>3.5.2 Uji Validitas .....</b>	61
<b>3.5.3 Uji Reliabilitas .....</b>	62
<b>3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....</b>	64
<b>3.5.5 Uji Regresi Linier Berganda.....</b>	68
<b>3.5.6 Uji Hipotesis .....</b>	69
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	74
<b>4.1 Deskripsi Perusahaan.....</b>	74
<b>4.1.1 Sejarah Dari Perusahaan.....</b>	74
<b>4.1.2 Visi dan Misi .....</b>	76

<b>4.1.3 Struktur Organisasi.....</b>	76
<b>4.1.4 Deskripsi Jabatan .....</b>	77
<b>4.2 Penyajian Data.....</b>	80
<b>4.2.1 Deskripsi Karakter Responden .....</b>	80
<b>4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....</b>	84
<b>4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....</b>	94
<b>4.3.1 Uji Validitas .....</b>	94
<b>4.3.2 Uji Reliabilitas .....</b>	95
<b>4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....</b>	97
<b>4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda.....</b>	102
<b>4.3.5 Uji Hipotesis .....</b>	104
<b>4.4.4 Pengaruh Secara Parsial.....</b>	107
<b>4.4.5 Pengaruh Secara Simultan .....</b>	109
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	111
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	111
<b>5.2 Saran.....</b>	111
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	113
<b>LAMPIRAN.....</b>	117

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 3. 1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 .....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 3. 2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 (Uji T).....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Energen .....</b>	<b>75</b>
<b>Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT Mayora Indah Tbk.....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>98</b>
<b>Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Rata-Rata Pengeluaran Makanan dan Minuman Jadi 2019-2021</b>	<b>5</b>
<b>Tabel 1. 2 Top Brand Award Sereal Sarapan Pagi Tahun 2019-2021 .....</b>	<b>7</b>
<b>Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 3. 2 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>81</b>
<b>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan .....</b>	<b>82</b>
<b>Tabel 4. 4 Presentase Jumlah Pembelian.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Brand Image .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2) .....</b>	<b>87</b>
<b>Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kepercayaan .....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>94</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>96</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....</b>	<b>97</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolineritas .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabel 4. 13 Nilai Durbin Watson .....</b>	<b>101</b>
<b>Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>103</b>
<b>Tabel 4. 15 Hasil Perhitungan Uji F .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabel 4. 16 Hasil Perhitungan Uji T .....</b>	<b>106</b>

## **ABSTRAK**

**ALFITRIANI ANDHARESTI, 19042010034, Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Sereal Sarapan Pagi Energen.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *brand image*, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di perguruan tinggi negeri Surabaya. Penelitian ini termasuk kedalam metode kuantitatif, data dianalisis menggunakan softwere Statistical Package for the Social Sciences 25 for windows dan data telah diperoleh diuji dengan (uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis dan uji asumsi klasik). Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuisioner dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dan purposive sampling, dengan kriteria konsumen merupakan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Surabaya, berusia minimal 18 tahun dan telah membeli produk minimal 2 kali.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan, lalu variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dan variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Hasil lain juga menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *brand image*, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan.  
**Kata kunci : *brand image*; kualitas produk; kepercayaan; loyalitas pelanggan; sereal; energen**