

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK)
ADES DI WILAYAH SURABAYA**



Diajukan Oleh :

MARSETIO PARAMANDHANA PUTRA

19012010219/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2023

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK)
ADES DI WILAYAH SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

MARSETIO PARAMANDHANA PUTRA

19012010219/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2023

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK)
ADES DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

MARSETIO PARAMANDHANA PUTRA
19012010219 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 18 September 2023

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196508141991032001


Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

18 SEP 2023


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Perdiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Marsetio Paramandhana Putra
NPM : 19012010219
NIK : 3515181303000006
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 13 Maret 2000
Alamat : Jl. Nanas V/521 Pondok Tjandra Indah, Waru,
Sidoarjo
Judul Artikel : Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness*
Terhadap *Brand Loyalty* Pada Air Minum Dalam
Kemasan (AMDK) Ades di Kota Surabaya

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 15 September 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is yellow and green, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text '3000', 'REPUBLIK INDONESIA', 'POSTAL', 'METERAI TEMPEL', and the alphanumeric code 'CCBEAKX648188472'.

Marsetio Paramandhana Putra

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat dan petunjuk-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan proposal penelitian berjudul "Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Ades Di Kota Surabaya".

Penulis menyadari bahwa perjalanan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar dan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak, terutama bimbingan dari dosen. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Bapak **Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.** selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan masukan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. **Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. **Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si** selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Para Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur.

4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan secara moral dan materiil kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Teman – teman dekat yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, masih terdapat kekurangan baik dari segi teknis maupun penyusunan. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menerima saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi berbagai pihak yang membacanya.

Surabaya, 10 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

COVER.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I.....	12
PENDAHULUAN.....	12
1.1. Latar Belakang.....	12
1.2. Rumusan Masalah.....	17
1.3. Tujuan Penelitian.....	18
1.4. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1. Penelitian Yang Relevan.....	20
2.2. Landasan Teori.....	22
2.2.1. Pemasaran.....	22
2.2.2. <i>Brand Image</i>	26
2.2.3. <i>Brand Awareness</i>	29
2.2.4. <i>Brand Loyalty</i>	30
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	33
2.3.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	33
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	34
2.4. Kerangka Konseptual.....	35
2.5. Hipotesis.....	35
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.2.1. Definisi Operasional.....	37
3.2.2. Pengukuran Variabel.....	40
3.3. Teknik Penentuan Sampel.....	40

3.3.1.	Populasi.....	40
3.3.2.	Sampel.....	41
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1.	Jenis Data.....	42
3.4.1.	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	43
3.5.1.	Teknik Analisis Data.....	43
3.5.2.	Uji Validitas.....	44
3.5.3.	Uji Reabilitas	45
3.5.4.	Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif	45
3.5.5.	Analisa Metode Partial Least Square (PLS).....	47
3.5.6.	Asumsi PLS.....	55
BAB IV.....		57
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	58
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1.	Deskripsi Karakteristik Responden	59
4.2.2.	Deskripsi Variabel Penelitian	60
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	67
4.3.1.	Evaluasi Uji Outliner	67
4.3.2.	Interpretasi Hasil PLS.....	69
4.4	Pembahasan	79
4.4.1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	79
4.4.2.	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	80
BAB V.....		81
KESIMPULAN DAN SARAN.....		81
5.1.	Kesimpulan	81
5.2.	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN.....		85
KUISIONER PENELITIAN.....		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	35
Gambar 3. 1	46
Gambar 3. 2	47
Gambar 3. 3	49
Gambar 4. 1	69
Gambar 4. 2	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	15
Tabel 1. 2.....	16
Tabel 3. 1.....	40
Tabel 4.1.....	59
Tabel 4. 2.....	60
Tabel 4. 3.....	61
Tabel 4. 4.....	63
Tabel 4. 5.....	65
Tabel 4. 6.....	68
Tabel 4. 7.....	70
Tabel 4. 8.....	72
Tabel 4. 9.....	73
Tabel 4. 10.....	74
Tabel 4. 11.....	75
Tabel 4. 12.....	76
Tabel 4. 13.....	78

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN KOSMETIK YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014 – 2021**

Oleh :

Marsetio Paramandhana Putra

19012010219/FEB/EM

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami pengaruh *brand image* dan *brand awareness* terhadap *brand loyalty* air minum dalam kemasan (AMDK) Ades di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kuantitatif. Penetapan sampel dilakukan dengan menggunakan metode non-probability sampling melalui teknik purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang berasal dari domisili Kota Surabaya. Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang disebar kepada warga di Kota Surabaya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, yaitu *brand image* (X1) dan *brand awareness* (X2), serta variabel dependennya, yaitu *brand loyalty* (Y). Untuk menganalisis data, digunakan metode Partial Least Squares (PLS) untuk menguji hubungan antara satu atau lebih variabel independen dan satu atau lebih variabel dependennya. Hasil riset menunjukkan bahwa semakin baik *brand image* dan *brand awareness*, maka *brand loyalty* AMDK di Kota Surabaya juga menjadi lebih baik.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Likuiditas, Struktur Modal, dan Profitabilitas