

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN
SUSU ULTRA
(Studi Kasus Pada Konsumen Susu Ultra di Wilayah Kab. Sidoarjo)
SKRIPSI**



DISUSUN OLEH :

ALDILA NAJLA LUQIANA

NPM : 17042010099

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JATIM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN SUSU
ULTRA (Studi Kasus Pada Konsumen Susu Ultra di Wilayah Kab. Sidoarjo)

Disusun Oleh :

ALDILA NAJLA LUQIANA

NPM 17042010099

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

Menyetujui,

PEMBIMBING



Budi Prabowo,S.Sos,MM

NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. D. H. Sutopo, MS, CHRA
NIP. 1195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN SUSU
ULTRA (Studi Kasus Pada Konsumen Susu Ultra di Wilayah Kab. Sidoarjo)**

Disusun Oleh :

ALDILA NAJLA LUQIANA
NPM. 17042010099

**Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 30 April 2021**

Menyetujui,

Pembimbing



Budi Prabowo, S.Sos.MM
NIP. 196210161988031001

TIM PENGUJI

1. Ketua




Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 19692011994031001

2. Sekretaris



Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si
NIP. 1961122419890310007

3. Anggota



Budi Prabowo, S.Sos.MM
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Gendut Sukarno.MC.CHRA
NIP. 1195907011987031001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Susu Ultra Milk (Studi Kasus Pada Konsumen Ultra Milk di Wilayah Sidoarjo).

Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada bapak Budi Prabowo,S. SOS, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta motivasi kepada penulis.

Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak – pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmunya.
4. Kedua Orang Tua Penulis, Ibu Kis dan Abah Dani Suhartono yang banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dan materi.

5. Konsumen dari Susu Ultra Milk yang telah meleuangkan waktunya dan bersedia membantu penulis dalam melakukan penelitian.
6. Teman keluh kesah saya Nur Indah dan Jihan Tyas serta teman seperjuangan saya Gurls (Cinthya Luthfiatul, Tiza Alia, Imelda Fitria, Fajryah Donita, dan Nurul Kusniah) telah memberikan dukungannya dalam menyelesaikan laporan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Karena keterbatasan pikiran, waktu, dan tenaga serta yang lainnya. Dalam penelitian ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk menyempurnakan penelitian. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semoga bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Surabaya, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Pemasaran	13
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	16
2.2.1.4 Bauran Pemasaran	19
2.2.2 Citra Merek	21
2.2.2.1 Pengertian Citra Merek	21
2.2.2.2 Manfaat Citra Merek	22
2.2.2.3 Indikator Citra Merek	24
2.2.2.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	26

2.2.3 Harga.....	27
2.2.3.1 Pengertian Harga	27
2.2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	28
2.2.3.3 Indikator-Indikator Harga.....	30
2.2.3.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31
2.2.4 Produk.....	33
2.2.4.1 Pengertian Produk	33
4.2.4.2 Klasifikasi Produk.....	35
2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk	37
2.2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	38
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	39
2.2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	39
2.2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas pelanggan.....	41
2.2.5.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	43
2.2.5.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	44
2.3 Kerangka Berpikir	45
2.4 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47
3.2.1 Definisi Operasional	47
3.2.2 Pengukuran Variabel	49
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	50
3.3.1 Populasi.....	50
3.3.2 Sampel.....	50

3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Jenis Data	53
3.4.2 Sumber Data	53
3.4.3 Pengumpulan Data	53
3.5 Teknik Analisis	54
3.5.1 Teknik Analisis	54
3.5.1.1 Uji Validitas	54
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	55
3.5.1.3 Asumsi Klasik	56
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	59
3.6 Uji Hipotesis	60
3.6.1 Uji Parsial (Uji F)	60
3.6.2 Uji Simultan (Uji t)	61
BAB IV PEMBAHASAN	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1 Profil PT. Ultrajaya Milk Industry	64
4.1.2 Logo Perusahaan	66
4.1.3 Visi dan Misi PT. Ultrajaya Milk Industry	66
4.1.4 Jenis-Jenis Produk	67
4.1.5 Stuktur Organisassi Perusahaan	68
4.2 Deskripsi Penelitian	68
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden	68
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	72
4.3 Uji Instrumen Data	81

4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	81
4.3.1.1 Uji Validitas	81
4.3.2.1 Uji Reliabilitas	83
4.4 Analisis Data dan Hipotesis	84
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	84
4.4.4.1 Uji Multikolinearitas.....	84
4.4.4.2 Uji Autokorelasi	85
4.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	86
4.4.4.4 Uji Normalitas	87
4.4.2 Analisa Regresi Linier Berganda	89
4.4.2.1 Regresi Linier Berganda.....	89
4.4.3 Uji Hipotesis	91
4.4.3.1 Uji F (Uji Simultan)	92
4.4.3.1 Uji T (Uji Parsial).....	94
4.5 Pembahasan	98
4.5.1 Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan	98
4.5.2 Pengaruh Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan	98
4.5.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	98
4.5.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	99
4.5.2.3 Pengaruh Kualitas Produk Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108

DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Skala Likert	50
Gambar 3.2 Kurva Uji F	61
Gambar 3.3 Kurva Uji t	63
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	66
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Gambar 4.4 Diagram Pencar Kenormalan Residu	88
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan H_0 dan Penolakan H_0 Uji F	93
Gambar 4.6 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X1	95
Gambar 4.7 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X2	96
Gambar 4.8 Kriteria Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel X3	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award Kategori Susu Dalam Kemasan.....	7
Tabel 4.2 Hasil Jenis Kelamin Responden.....	69
Tabel 4.3 Hasil Usia Responden.....	69
Tabel 4.4 Hasil Pekerjaan Responden.....	70
Tabel 5.4 Hasil Wilayah Responden.....	71
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	72
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Harga (X2)	74
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3).....	76
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4.13 Nilai Durbin Watson	86
Tabel 4.14 Analisis Regresi Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji F.....	92
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji T.....	94
Tabel 4.17 Hasil Riview dengan Penelitian Terdahulu	103

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner**
- Lampiran 2 Tabulansi Data Kuisisioner**
- Lampiran 3 Hasil Output Uji Validitas dan Reabilitas**
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda**
- Lampiran 6 Uji Hipotesis**
- Lampiran 7 Data Responden**

ABSTRAKSI

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN SUSU ULTRA

(Studi Kasus Pada Konsumen Susu Ultra di Wilayah Kabupaten Sidoarjo)

Aldila Najla Luqiana

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Aldilaanl.07@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian Susu Ultra (2) pengaruh citra merek terhadap terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian Susu Ultra (3) pengaruh harga terhadap terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian Susu Ultra 4) pengaruh kualitas produk terhadap terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian Susu Ultra.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ditarik menggunakan metode *purposive sampling* berjumlah 100 orang yang diambil dari populasi konsumen Susu Ultra di wilayah Kabupaten Sidoarjo. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa Fhitung yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan. Pada Pembelian Susu Ultra. Hasil thitung Citra Merek yaitu H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini berarti Citra Merek tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil thitung Harga yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan hasil thitung Kualitas Produk yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Susu Ultra di Wilayah Sidoarjo.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk

ABSTRACT

INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PRODUCT QUALITY OF THE CUSTOMER LOYALTY ON SUSU ULTRA PURCHASE

(Case Study on Ultra Milk Consumers in Sidoarjo District)

Aldila Najla Luqiana

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Aldilaanl.07@gmail.com

This study aims to determine: (1) the influence of brand image, price and product quality to customer loyalty on Susu Ultra purchase (2) the effect of brand image on customer loyalty on purchasing Ultra Milk (3) the effect of price on customer loyalty on purchasing Ultra Milk 4) the effect of product quality on customer loyalty in purchasing Ultra Milk

This research method using quantitative methods. The research sample was drawn using a purposive sampling method totaling 100 people taken from the Ultra Milk consumer population in the Sidoarjo regency. The data analysis technique used is multiple linear regression.

Based on the results of this study that Fcount, namely H0 is rejected and H1 is accepted, it can be concluded that the independent variable Brand Image, Price and Product Quality have a significant effect on the dependent variable Customer Loyalty on Ultra Milk Purchases. The result of tcount Brand Image is that H0 is accepted and H1 is rejected, this means that Brand Image has no partially significant effect on Customer Loyalty. The result of tcount Price, namely H0 is rejected and H1 is accepted, this means that Price has a partially significant effect on Customer Loyalty. While the results of the product quality t count, namely H0 rejected and H1 accepted, this means that Product Quality has a partially significant effect on Customer Loyalty on Ultra Milk Purchases in Sidoarjo Region.

Keywords : Brand Image, Price, Product Quality