

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KFC**

(Studi Kasus Pada Pelanggan KFC di Surabaya)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

IVANA AZAHRA RISMADIAN

17042010107

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2021

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KFC**

(Studi Kasus Pada Pelanggan KFC di Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Disusun Oleh:

IVANA AZAHRA RISMADIAN

17042010107

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2021

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KFC
(Studi Kasus Pada Pelanggan KFC di Surabaya)**

Disusun Oleh:

IVANA AZAHRA RISMADIAN

NPM : 17042010107

Telah disteujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Nurhadi, M.Si

NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN



Dr.Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS.CHRA

NIP. 195907011987031001

**PERAN CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK DALAM
MEWUJUDKAN LOYALITAS MEREK PELANGGAN KFC**

Disusun Oleh:

IVANA AZAHRA RISMADIAN

NPM: 17042010107

**Telah diuji kebenarannya oleh oleh Tim Verifikasi dan penguji serta
dipublikasikan pada Jurnal PERFORMANCE (Terakreditasi sinta 4)
Vol 11. Nomor. 2 September 2021**

Pada tanggal 30 April 2021

PEMBIMBING



Dr. Nurhadi, M.Si

NIP. 196902011994031001

TIM PENGUJI

1. Ketua:



Budi Prabowo, S.Sos, MM

NIP. 196210161988031001

2. Sekretaris:



Dr. Nurhadi, M.Si

NIP. 196902011994031001

3. Anggota:



Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si

NIP. 196112241989031007

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs.Ec. Gendut Sukarno, M.S., CHRA

NIP 19590711987031001

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KFC**

(Studi Kasus Pada Pelanggan KFC di Surabaya)

Ivana Azahra Rismadian

NPM : 17042010107

Program Studi Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Ivanaazahra23@gmail.com

ABSTRAK

Mewujudkan loyalitas merek sangat penting bagi perusahaan agar merek terus dikenal dan tertanam kuat di benak konsumen. KFC merupakan salah satu merek yang terkenal sekaligus pelopor restoran *fast food* di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan metode survey pada pelanggan KFC yang ada di Surabaya . Sampel penelitian sejumlah 385 responden yang ditarik menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Citra Merek dan Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek. Secara parsial, Citra Merek dan Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek.

ABSTRACT

Realizing brand loyalty is very important for the company so that the brand continues to be known and firmly entrenched in the minds of consumers. KFC is a well-known brand as well as a pioneer of fast food restaurants in Indonesia. This study aims to determine the effect of Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty.

This type of research is quantitative using a survey method on KFC customers in Surabaya. The research sample was 385 respondents who were drawn using purposive sampling technique. Data were collected using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression.

The results showed that simultaneously Brand Image and Brand Trust had a significant effect on Brand Loyalty. Partially, Brand Image and Brand Trust have a positive and significant effect on Brand Loyalty.

Keywords: Brand image, Brand trust, Brand loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada KFC (Studi Kasus Pada Pelanggan KFC di Surabaya) ”**”.

Walaupun penulis mengalami berbagai kesulitan namun syukurlah skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Penulis sadar betul bahwa dalam menyusun skripsi ini banyak sekali kekurangan. Awal kegiatan hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Nurhadi, M.Si sebagai dosen pembimbing dengan penuh perhatian dan sabar meluangkan waktu untuk penulis.

Tak lupa penulis menyampaikan beribu terima kasih kepada semua pihak yang membantu penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, 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 Frida, M.Si Selaku Koordinator Program Studi Adminidtrasi 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 yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Semua saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan Skripsi ini.

Surabaya, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pemasaran	11
2.2.2 Merek	12
2.2.3 Perilaku Konsumen	14
2.2.4 Citra Merek	18
2.2.5 Kepercayaan Merek.....	22
2.2.6 Loyalitas Merek	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	29
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
3.2.1 Definisi Operasional.....	33
3.2.2 Pengukuran Variabel	36
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38

3.4.1 Jenis Data	38
3.4.2 Sumber Data.....	39
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.5.1 Teknik Analisis	40
3.5.2 Uji Validitas	40
3.5.3 Uji Reliabilitas	42
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	42
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.5.6 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.3 Susunan Organisasi	52
4.1.4 Produk dan Layanan KFC	53
4.2 Penyajian Data	54
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.2.2 Deskripsi Variabel - Variabel Penelitian	57
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	64
4.3.1 Uji Validitas	64
4.3.2 Uji Reliabilitas	65
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	66
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.3.5 Pengujian Hipotesis	72
4.4 Pembahasan.....	78
4.4.1 Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek secara simultan terhadap Loyalitas Merek pada KFC.	78
4.4.2 Pengaruh Citra Merek secara parsial terhadap Loyalitas Merek pada KFC.....	79
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Merek secara parsial terhadap Loyalitas Merek pada KFC.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91

LAMPIRAN	94
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data TOP BRAND.....	5
Tabel 3.1 Skala Likert (Bentuk Checklist).....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Pada KFC di Surabaya Dalam Kurun Waktu 12 Bulan Terakhir.....	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Pada KFC di Surabaya Dalam Kurun Waktu 12 Bulan Terakhir.....	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel KEPERCAYAAN MEREK (n=385).....	61
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Merek (n=385)....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	76
Tabel 4.15 Perbandingan Hasil Penelitian	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KFC.....	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	67
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Gambar 4.4 Daerah permintaan dan penolakan Uji F.....	74
Gambar 4.5 Kurva Distribusi t Variabel Citra Merek.....	77
Gambar 4.6 Kurva Distribusi t Variabel Kepercayaan Merek	77