

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN  
MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK  
MINUMAN CHATIME  
(STUDY KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS BHAYANGKARA)**

**SKIRPSI**

**Oleh :  
Afriyan Syahputra  
201610325138**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKRТА RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas pelanggan pada Produk Minuman Chatime (Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Bhayangkara)

Nama Mahasiswa : Afriyan Syahputra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325138

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2020

Jakarta, 20 juli 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing



Andrian, S.E., M.M.

NIDN : 0321077102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas pelanggan pada Produk Minuman Chatime (Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Bhayangkara)

Nama Mahasiswa : Afriyan Syahputra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325138

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2020

Jakarta, 20 Juli 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M.Fadhli Nursal, S.E., M.M  
NIDN 0325057908

Penguji I : Andrian, S.E., M.M  
NIDN 0321077102

Penguji II : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M  
NIDN 0309048102

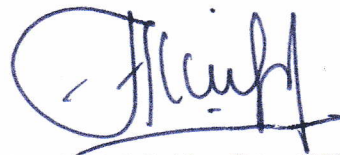
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.  
NIDN 0318107101

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga dan sahabatnya.

Terwujudnya proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Yth Bpk. M Fadhli Nursal S.E., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Yth Bpk. Andrian S.E., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah Menyetujui dan menerima proposal skripsi penulis.
5. Bapak dan Ibu, Serta Kakak, adik dan segenap keluarga tercinta yang telah memberikan dorongan kepada penulis, baik moral maupun spiritual
6. Seluruh teman-teman "ABSURD", (Ucup, Randy, Yoga, Eko, Rizky) terima kasih penulis ucapkan untuk kalian yang senantiasa memberikan semangat dan doa untuk penulis.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapatkan imbalan di sisi Allah SWT sebagai ibadah. Aamiin YRA. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu sebagai seorang mahasiswa yang masih dalam proses pembelajaran dalam penyusunan makalah masih banyak kekurangannya..

Jakarta, 05 Agustus 2020

Afriyan Syahputra

## ABSTRAK

**Afriyan Syahputra, 201610325138.** Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas pelanggan pada Produk Minuman Chatime (Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Bhayangkara)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang dapat terjadi antara : (1) Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kota Bekasi. Jumlah responden yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 173 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* yang menggunakan rumus *Sample Linear Time Function*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan media *google form*. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisa regresi linier berganda, uji statistik t (parsial), uji F (simultan), dan Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Setelah dilakukan olah data, hasil penelitian menunjukkan : (1) Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, (2) Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, (3) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk) mampu menjelaskan variabel dependennya.

Kata kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas pelanggan pada Produk Minuman Chatime (Study Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Bhayangkara)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 20 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Afriyan Syahputra  
201610325138

## ***ABSTRACT***

**Afriyan Syahputra, 201610325138.** *The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Quality on Customer Loyalty on Chatime Beverage Products (Case Study on Faculty of Economics, University of Bhayangkara University 2017)*

*This study aims to determine the effect that can occur between brand image, Brand Trust and product quality on customer loyalty. The sample used in this research are this study students management 2017 the economics faculty of universitas bhayangkara jakarta raya bekasi city. The number of respondents obtained in this study was 173 respondents. The sampling technique used in this study was purposive sampling used slovin formula. Data collection methods in this study used a questionnaire method with google form as media. Prerequisite test for the data can be used to test data quality and test classic assumptions. Data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, statistical test t (partial), F test (simultaneous), and the coefficient of determination test ( $R^2$ ). After processing the data, the results of the study show : (1) Brand Image affect Customer Loyalty. (2) Brand Trust affect Customer Loyalty, and (3) Product Quality affect Customer Loyalty. F test results (simultaneous) show that the three of independent variables (Locus of Control, Time Budget Pressure, and Audit Risk) are able to explain the dependent variable.*

*Keywords : Brand Image, Brand Trust, Product Quality, Customer Loyalty*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	i.
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Pengertian Citra Merek.....	7
2.1.1 Indikator Citra Merek.....	8
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	8
2.1.3 Manfaat Citra Merek.....	9
2.2 Pengertian Kepercayaan Merek.....	10
2.2.1 Indikator Kepercayaan Merek.....	11



2.2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek.....	11
2.3	Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.3.1	Tingkatan Produk.....	13
2.3.2	Indikator Kualitas Produk.....	14
2.3.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14
2.4	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16
2.4.1	Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	17
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	18
2.4.3	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	19
2.5	Penelitian Terdahulu.....	20
2.6	Kerangka Pemikiran.....	24
2.6.1	Hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
2.6.2	Hubungan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	25
2.6.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
2.6.4	Hubungan Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
2.7	Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>29</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.2.1	Populasi Penelitian.....	30
3.2.2	Sampel Penelitian.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4	Metode Analisis Data.....	32
3.4.1	Uji Validitas.....	32
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	32

3.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.4.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.4.5	Uji Hipotesis.....	35
3.	Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>37</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	37
4.1.2	Visi dan Misi.....	39
4.1.3	Struktur Organisasi Chatime Outlet Summarecon.....	39
4.1.4	Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
4.2	Deskripsi Data Penelitian.....	40
4.3	Analisis Data.....	42
4.3.1	Uji Validitas.....	42
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.1	Uji Normalitas.....	44
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	45
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.6	Uji Hipotesis.....	48
4.6.1	Uji T Parsial.....	48
4.6.2	Uji F Simultan.....	49
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	50
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>51</b>
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Implikasi Manajerial.....	51

5.3 Saran-Saran.....51

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Produsen Penghasil Teh

Tabel 1.2 Top Brand Award 2019

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 3.1 Skala Likert

Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuisisioner

Tabel 4.2 Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3 Uji Validitas

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

Tabel 4.5 Uji Normalitas

Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.8 Uji T Parsial (t)

Tabel 4.9 Uji F Simultan (f)

Tabel 4.10 Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ )



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Gambar 4.1 Logo Brand Chatime

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Outlet Chatime

Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Frekuensi Skor Tiap Pertanyaan

Lampiran 3 Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 6 Uji Hipotesis (Uji t dan Uji f)

Lampiran 7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Lampiran 8 Uji Referensi

Lampiran 9 Uji Plagiat

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

